

**ВЕСТНИК
ОМСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
Серия «ЭКОНОМИКА»**

**HERALD
OF OMSK UNIVERSITY
Series «ECONOMICS»**

*Ежеквартальный
научный журнал
ОСНОВАН В 2003 г.*

2012. № 3

*Quarterly
academic periodical
FOUNDED IN 2003*

**Включен
в перечень ВАК**

*Редакционный совет
Editorial board*

Г.Д. Адеев (G.D. Adeev), д-р физ.-мат. наук, профессор
В.И. Вершинин (V.I. Vershinin), д-р хим. наук, профессор
Г.И. Геринг (G.I. Gering, chairman), д-р физ.-мат. наук,
профессор, председатель
Л.А. Еловиков (L.A. Elovikov), канд. экон. наук, профессор
А.И. Казанник (A.I. Kazannik), д-р юрид. наук, профессор
Е.И. Лавров (E.I. Lavrov), д-р экон. наук, профессор
Б.И. Осипов (B.I. Osipov), д-р филол. наук, профессор
В.И. Струнин (V.I. Strunin, vicechairman), д-р физ.-мат. наук,
профессор, зам. председателя
Н.А. Томиллов (N.A. Tomilov), д-р ист. наук, профессор
К.Н. Югай (K.N. Yugay), д-р физ.-мат. наук, профессор

*Редколлегия журнала
Editorial staff*

С.Н. Апенько (S.N. Apenko), д-р экон. наук, профессор ОмГУ
Н.А. Волгин (N.A. Volgin), д-р экон. наук, профессор, РАГС
Н. Вуняк (N. Vunjak), профессор экономического факультета
г. Субботица университета г. Нови Сад (Сербия)
Р.М. Гусейнов (R.M. Guseynov), д-р экон. наук, профессор НГУЭиУ
С.А. Дятлов (S.A. Dyatlov), д-р экон. наук, профессор СПБУЭиФ
Л.Н. Иванова (L.N. Ivanova), канд. экон. наук, доцент ОмГУ
В.П. Иваницкий (V.P. Ivanitsky), д-р экон. наук, профессор, УрГЭУ
А.Б. Крутик (A.B. Krutik), д-р экон. наук, профессор, СПБИЭиУ
А.Е. Миллер (A.Ye. Miller), д-р экон. наук, профессор ОмГУ
Ю.Г. Одегов (Yu.G. Odegov), д-р экон. наук, профессор
РЭА им. Г.В. Плеханова
В.С. Половинко (V.S. Polovinko), д-р экон. наук, профессор ОмГУ,
гл. редактор
А.М. Попович (A.M. Popovich), д-р экон. наук, профессор, ОмГУ
О.М. Рой (O.M. Roy), д-р социол. наук, профессор ОмГУ
Т.Д. Синявец (T.D. Sinyavets), канд. экон. наук, доцент ОмГУ,
отв. редактор
Р.Г. Смелик (R.G. Smelik), д-р экон. наук, профессор ОмГУ
Л.А. Трофимова (L.A. Trofimova), д-р экон. наук, профессор СПБГУЭиФ

*Адрес редакции: 644077,
Омск-77, пр. Мира, 55а, ОмГУ*

тел. (tel.) (3812) 26-82-36
vestnic@omeco.ru

*Editorial office: 644077,
Omsk-77, pr. Mira, 55a, OmSU*

Редактор
Г.Н. Орлов

Технический редактор
Н.В. Москвичёва

Свидетельство о регистрации
*ПИ № ФС77-21983
от 21 сентября 2005 г.*

Подписной каталог «Газеты.
Журналы». Индекс 35915

Издательство ОмГУ
им. Ф.М. Достоевского
644077, Омск-77, пр. Мира, 55а

Подписано в печать 12.09.2012
Формат 60x84 1/8
Печ. л. 23,25. Усл. печ. л. 21,63
Уч.-изд. л. 22,4
Тираж 150 экз. Заказ 312

Отпечатано
на полиграфической базе
ОмГУ им. Ф.М. Достоевского
644077, Омск-77, пр. Мира, 55а

СОДЕРЖАНИЕ

Тема номера: Налоговая политика на современном этапе

<i>Миллер А.Е.</i> Исследование принципов построения налоговых систем.....	5
<i>Васильева Ю.А., Родина Л.А.</i> Международный опыт построения системы налогового регулирования экологического равновесия.....	10
<i>Пластун А.О., Миллер Н.В.</i> К вопросу о незаконном возмещении налога на добавленную стоимость.....	15
<i>Айтхожина Г.С.</i> Анализ состояния и перспектив развития системы планирования налоговых проверок в России.....	20
<i>Богославец Т.Н., Гроц Н.Ф.</i> Земельный налог как основа формирования доходной части бюджетов поселений Азовского немецкого национального муниципального района Омской области.....	26

Региональная экономика и управление территориями

<i>Елкина В.Н.</i> Роль саморегулируемых организаций в социально-экономическом развитии территории.....	31
<i>Ультан С.И.</i> Анализ показателей и методов оценки внешнеэкономической деятельности региона.....	38
<i>Метелев И.С.</i> Миграция населения Западно-Сибирского региона: проблемы и перспективы.....	50
<i>Фомин Э.В.</i> Самоорганизация граждан и территориальное общественное самоуправление в городе.....	55

Проблемы экономической теории и предпринимательства

<i>Крутик А.Б., Ильина Л.В.</i> Инновационное развитие предпринимательских структур.....	61
<i>Карпов А.Л.</i> Конкурентное поведение в системе предпринимательской деятельности.....	69
<i>Симонов С.Г., Карашаш Н.К.</i> Риск-стратегии среднего и малого бизнеса: условия, приоритеты, сценарии.....	74
<i>Котляров И.Д.</i> Сущность услуги как экономического блага.....	79
<i>Крамер А.Е.</i> Современные тенденции в развитии российского предпринимательства.....	87

Социально-трудовые отношения и процессы

<i>Варшавская Е.Я.</i> Российский рынок труда и экономический кризис 2008–2009 гг.: время упущенных возможностей?.....	91
<i>Гилева К.В., Сафронова О.Л., Солоусова К.В.</i> Технология разработки компетенций на основе стандартизации процесса деятельности.....	97
<i>Калоиди М.Д.</i> Современные тенденции определения потребности в персонале.....	101
<i>Сухарев С.А.</i> От оценки к управлению кадровым потенциалом.....	107
<i>Гусарова М.С.</i> Некоторые актуальные вопросы реализации стратегии управления персоналом.....	111
<i>Баранов Ю.В.</i> Надзор и контроль в области охраны труда на современном этапе.....	120

Управленческое и маркетинговое консультирование

<i>Апенько С.Н., Шавровская М.Н.</i> Новые технологии и методы управленческого консультирования.....	122
<i>Исаева Е.В., Мамаева В.Ю., Шамкина Е.А.</i> Реализация стратегии маркетинга партнерских отношений в банке: использование зарубежного опыта.....	127
<i>Мамаева В.Ю., Мацько В.В.</i> Стратегия формирования имиджа медицинской организации.....	132
<i>Канащук Т.Н.</i> Особенности маркетинга в сфере театральной деятельности.....	135

Теория и практика управления

<i>Битенюк К.В., Попович А.М.</i> Проблемы повышения эффективности льноперерабатывающей отрасли.....	139
<i>Руденко И.В.</i> Управление затратами на предприятии.....	145
<i>Дйба Е.Ф.</i> Определение содержания санации производственной деятельности предприятия.....	149
<i>Карсюк Е.Н.</i> Разработка методики ассортиментной деятельности малой швейной предпринимательской структуры.....	155

Современные проблемы финансов и кредита

<i>Горловская И.Г., Иванова Л.Н., Торопыно Н.В.</i> Квалифицированные инвесторы: понятие и сущность	161
<i>Горловская И.Г., Мизя М.С.</i> Системное управление инвестициями промышленного предприятия	167
<i>Завьялова Л.В., Шустов А.А.</i> Теоретико-методологические аспекты финансово-бюджетного контроля.....	174
Сведения об авторах	182
Информация для авторов	184

CONTENTS

The subject of the issue: Current tax policy

<i>Miller A.E.</i> Investigation of tax systems construction principles	5
<i>Vasileva U.A., Rodina L.A.</i> Tax management system of ecological balance: international experience	10
<i>Plastun A.O., Miller N.V.</i> Illegal compensation of value added tax.....	15
<i>Aytkhozina G.S.</i> Analysis of the condition and development prospects of tax inspections scheduling system in Russia.....	20
<i>Bogoslavets T.N., Grots N.F.</i> The land tax as a basis of formation of a profitable part of budgets of rural settlements of the Azov german national municipal raion of Omsk region	26

Regional economy and regional administrating

<i>Elkina V.N.</i> Self-regulatory organizations: role in social and economic development of territories.....	31
<i>Ultan S.I.</i> The analysis of indicators and evaluation methods of foreign trade activities in the region	38
<i>Metelev I.S.</i> Population shift of the Western-Siberian region: problems and prospects.....	50
<i>Fomin E.V.</i> Self-organization of citizens and territorial public self-government in the city.....	55

Issues of Economic Theory and entrepreneurship

<i>Krutik A.B., Ilina L.V.</i> Innovative development of entrepreneurial structures	61
<i>Karpov A.L.</i> Competitive behaviour in the entrepreneurial activity system.....	69
<i>Simonov S.G., Karashash N.K.</i> Risk strategies of midium-sized and small business: conditions, priorities, scenarios	74
<i>Kotlyarov I.D.</i> Services as the economic benefits.....	79
<i>Kramer A.E.</i> Modern tendencies of russian entrepreneurship.....	87

Soci-labour relationships and processes

<i>Varshavskaya E.Ia.</i> Russian labor market and economic crisis 2008–2009: is it the time of missed opportunities?.....	91
<i>Gileva K.V., Safronova O.L., Solousova K.V.</i> Technology of competencies' development based on standardization of activity process	97
<i>Kaloidi M.D.</i> The labor force demand's modern trends.....	101
<i>Sukharev S.A.</i> From assessment to hr management	107
<i>Gysarova M.S.</i> Some questions of strategic human resource management	111
<i>Baranov Y.V.</i> Labour safety supervision and control at the present stage.....	120

Consultancy in marketing and administrating

<i>Apenko S.N., Shavrovskaya M.N.</i> New technologies and methods of administrative consultation.....	122
<i>Isayeva E.V., Mamaeva V.U., Shamkina E.A.</i> Implementing strategy of partner relationship marketing in a bank: foreign experience.....	127
<i>Mamaeva V.U., Matsko V.V.</i> Image formation strategy for medical organization.....	132
<i>Kanashuk T.N.</i> Marketing peculiarities in the field of theatre activities	135

Theory and practice of administrating

<i>Bitenuk K.V., Popovich A.M.</i> Problems of incrising efficiency in flax industry.....	139
<i>Rudenko I.V.</i> Cost management for a company	145
<i>Diba E.F.</i> Sanation content definition for industrial business activity.....	149
<i>Karsuk E.N.</i> The development of assortment activity method for small sewing business structure	155

Current issues of finance and credit

<i>Gorlovskaya I.G., Ivanova L.N., Toropyno N.V.</i> Qualified investors: definition and nature	161
<i>Gorlovskaya I.G., Mizya M.S.</i> Industrial enterprise asset management as a system	167
<i>Zavyalova L.V., Shustov A.A.</i> Theoretical and methodological aspects of financial and budgetary control	174

<i>Information about authors</i>	182
---	-----

<i>Information for authors</i>	184
---	-----

Тема номера
НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. № 3. С. 5–9.

УДК 336.2

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ ПОСТРОЕНИЯ НАЛОГОВЫХ СИСТЕМ

INVESTIGATION OF TAX SYSTEMS CONSTRUCTION PRINCIPLES

А.Е. Миллер

A.E. Miller

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Раскрыты принципы построения налоговых систем. Рассмотрена связь классических принципов налогообложения и принципов построения налоговых систем. Обосновано влияние принципов налогообложения на устойчивость налоговых отношений.

The article reveals the principles of tax systems construction and considers the relation of classic taxation principles and tax system construction principles. The author substantiates the influence of taxation principles on tax relations stability.

Ключевые слова: принципы налогообложения, налоговые системы, налоговые отношения.

Key words: taxation principles, tax systems, tax relations.

Основываясь на исследовании основных закономерностей расширенного воспроизводства и его отдельных фаз, особенно распределения и перераспределения денежной формы стоимости, можно констатировать, что недостатком большинства налоговых систем является то, что они включают наряду с налоговыми и такие формы принудительного изъятия денежных средств, которые не имеют никакого отношения к налогу как объективной категории. Подобное построение налоговых систем противоречит принципам налогообложения и не реализует экономический потенциал налога как экономической категории. Для создания эффективной налоговой системы необходимы такие принципы научно-практической организации налоговых отношений, которые способны сформировать налоговый механизм, отвечающий следующим фундаментальным требованиям:

1) налогообложение выражает смену форм собственности. Только тогда форма принудительного изъятия средств в казну государства является налоговой, когда стоимость в денежном выражении переходит из корпоративной или частной собственности в государственное пользование;

2) налогообложение по своей экономической природе основывается на рентной со-

ставляющей, т. е. не зависит от происхождения прибавочного дохода (от использования земли, недр, труда или капитала);

3) система налогообложения должна строиться в пределах вновь создаваемой стоимости. Налоговые отношения не могут распространяться на капитал, авансируемый или инвестируемый для расширения производства товаров, работ и услуг;

4) вся сумма обобщественных посредством налогообложения финансовых ресурсов должна быть использована только на общегосударственные нужды.

Крупный вклад в определение принципов налогообложения внес А. Смит, который считал основными принципами налогообложения справедливость, определенность, удобство для налогоплательщиков, экономию на издержках налогообложения и хозяйственной независимости и свободы.

Среди отечественных экономистов следует выделить исследования Н.И. Тургенева, который исходил из предпосылки, что истинные выгоды государства отнюдь не сводятся к стремлению правительства к получению наибольшего дохода. Для достижения этой цели и предназначались выдвинутые им принципы (правила): равное распределение налогов, определенность налогов, сбор налогов в

удобное время, дешевое соби́рание налогов. Кроме указанных четырех правил взимания налогов, Н. Тургенев выдвигает общее правило, согласно которому налог должен взиматься с чистого дохода, а не с самого капитала.

Принципы, сформулированные А. Смитом и Н. Тургеневым, присущи налогу как объективной экономической категории и не зависят от конкретного государства и времени. В настоящее время большинство принципов сохранили свое назначение, хотя при этом изменилась их суть и экономическое содержание.

Таким образом, в современных условиях правильно организованная налоговая система должна отвечать следующим принципам: налоговое законодательство должно быть стабильно; взаимоотношения налогоплательщиков и государства должны носить правовой характер; тяжесть налогового бремени должна равномерно распределяться между категориями налогоплательщиков и внутри этих категорий; взимаемые налоги должны быть соразмерны доходам налогоплательщиков; способы и время взимания налогов должны быть удобны для налогоплательщика; существует равенство налогоплательщиков перед законом (принцип недискриминации); издержки по сбору налогов должны быть минимальны; нейтральность налогообложения в отношении форм и методов экономической деятельности; доступность и открытость информации по налогообложению; соблюдение налоговой тайны.

Результативность налоговой системы зависит в большей мере от соблюдения требований классических принципов. Поэтому немаловажно, к каким последствиям может привести игнорирование их требований. Отделение права собственности от права хозяйствования, с одной стороны, способствовало не только формированию эффективной налоговой системы, но и развитию экономических связей между участниками налоговых отношений, а с другой – актуализировало действенность принципа устойчивости налоговой системы.

Действенность принципа устойчивости налоговой системы зависит от уровня развития налоговых отношений и от взаимодействия налоговых органов с субъектами этих отношений. Такое взаимодействие становится неотъемлемой частью современной экономической жизни. Практические последствия этого явления достаточно велики, особенно для налоговых органов. Вместе с тем, следует отметить, что тесные отношения между структурами разного рода существовали всегда. Однако с течением времени доминирующие формы взаи-

модействия сильно изменились, усложнились и стали более насущными. Возникновение и быстрое развитие процессов взаимодействий можно объяснить теми изменениями, которые происходили в последнее время и значительно повлияли на их внешнюю среду.

Согласно реляционному подходу, инфраструктура взаимодействий налоговых органов и хозяйствующих субъектов оценивается и отслеживается не сама по себе, а с позиций каждой из сторон взаимодействия, которые также являются «инициаторами действий» по нивелированию воздействующих на это взаимодействие факторов внешней среды.

Обеспечение устойчивости взаимодействия налоговых органов и хозяйствующих субъектов предусматривает мониторинг информационного потока между ними и внешней средой, в том числе и по неформальным каналам. В современных условиях устойчивость взаимодействия во многом зависит от достоверности и своевременности получения информации. В настоящее время получающий информацию «вторым» гораздо больше подвержен финансовым убыткам, чем первый, даже при наличии в целом одинаковых функциональных характеристик и конкурентных преимуществ.

Как показывает практика, прочные неформальные каналы значительно повышают экономическую устойчивость взаимодействия субъекта во всех отношениях. В России огромное значение имеют «связи» как особый род общественных отношения. Речь идет о связях как отношениях, построенных на тесном взаимовыгодном деловом сотрудничестве, причем исключительно в рамках закона. Неоспоримо и то, что связи сами по себе настолько мощный инструмент достижения финансового успеха, что, обладая ими, не приходится нарушать законы, которые в России далеко не совершенны.

Последствия взаимодействия носят взаимовыгодный характер для каждой из сторон взаимодействия. Особенно они значимы для хозяйствующих субъектов. Так, чем больше руководство хозяйствующих субъектов имеет связей, тем выше экономическая устойчивость этих субъектов. Это и является финансовой основой взаимодействия хозяйствующих субъектов и налоговых органов. Можно констатировать, что взаимодействие хозяйствующих субъектов и налоговых органов имеет весьма далекие перспективы. Единичные тактические цели, присущие традиционным хозяйствующим субъектам, сменяются глобальными стратегиями. Следует также подчеркнуть, что число хозяйствующих субъектов, стремящихся к

взаимовыгодным взаимодействиям с налоговыми органами, неуклонно растет. В этой связи становится ясно, что для получения максимума преимуществ, которые могут принести взаимодействия, руководители должны основательно пересмотреть свои взгляды и подходы к управлению. Так, стратегия и организация хозяйствующего субъекта, для которого взаимодействие с налоговыми органами стало играть немаловажную роль, значительно отличаются от стратегии и организации хозяйствующего субъекта, полностью контролирующего свою деятельность.

При укреплении позиций какого-либо хозяйствующего субъекта, при осуществлении им программы, направленной на ослабление конкурентов, рассмотренные выше характерные причины появления взаимовыгодных взаимодействий с налоговыми органами позволяют сделать простое предположение. С одной стороны, поведение хозяйствующего субъекта в любой ситуации определяется логикой конкурентной борьбы, противостояния своим экономическим соперникам. С другой стороны, использование реляционного подхода и лежащая в его основе реляционная стратегия вступают в прямое противоречие с подобным видением стратегии. В данном случае допускается, что во многих ситуациях хозяйствующий субъект целенаправленно избегает конкурентного противостояния и стремится к взаимодействию с налоговыми органами, чтобы защитить и обеспечить безубыточность и устойчивость собственного производства.

С учетом объективной необходимости наращивания деловых связей с целью обеспечения экономически устойчивого развития хозяйствующих субъектов предлагается использовать реляционный подход.

Смысловое содержание реляционного подхода исходит из той современной тенденции, что устойчивое развитие хозяйствующих субъектов в XXI веке во многом зависит от тесного и стабильного взаимодействия с различными партнерами как из государственного, так и частного секторов экономики. В современных экономических условиях финансовые связи выступают достаточно мощной защитой от огромного числа отрицательных факторов внешней среды.

С помощью реляционного подхода хозяйствующий субъект во многих ситуациях целенаправленно избегает конкурентного противостояния, чтобы защитить и обеспечить прибыльность собственного производства. Устанавливая связи с разными партнерами из го-

сударственного и частного сектора экономики, хозяйствующий субъект пытается сформировать своего рода «зону безубыточности», чтобы избежать опасных для себя ситуаций. Другими словами, в рамках реляционного подхода хозяйствующий субъект стремится обеспечить собственное экономически устойчивое развитие на уровне приемлемой доходности производства, а не максимизировать свои финансовые показатели на уровне приемлемого уровня развития. Поэтому реляционный подход к обеспечению экономически устойчивого развития хозяйствующего субъекта – это максимум устойчивости при приемлемом доходе.

Итак, реляционный подход служит еще одной побудительной причиной переосмысления стратегии хозяйствующего субъекта. Основная идея такова: в реальных ситуациях поведение хозяйствующего субъекта на конкурентном рынке определяется не только теоретическими выкладками о жестокой конкуренции и противостоянии. Устанавливая связи с разными партнерами, взаимодействуя, хозяйствующие субъекты пытаются функционировать в рамках конкурентного рынка в целях избегания опасных ситуаций. Чтобы убедиться в том, что реляционная составляющая играет важную роль в стратегии различных хозяйствующих субъектов, нужно обратить внимание на то, каким образом между ними распределяются функции. Помимо этого, важным является учет личных отношений между хозяйственниками и налоговыми органами при заключении тех или иных договоров. Таким образом, в некоторых ситуациях хозяйствующие субъекты могут встать на компромиссную позицию: вместо того чтобы максимизировать прибыль и неуклонно минимизировать издержки, они пытаются изыскать «удовлетворительные» с экономической точки зрения решения, которые позволили бы им в существенной мере сократить уровень неопределенности и риска на рынке. Глубинная идея этой концепции состоит в том, что вместо поисков путей максимизации прибыли на уровне приемлемой величины, хозяйствующие субъекты стараются обеспечить свою устойчивость на уровне приемлемой доходности производства. Таким образом, резюме может быть следующим: реляционный подход изыскивает пути к созданию теории, в рамках которой политика протекционистской кооперации и стратегия конкурентного противостояния, в конечном счете, смогут сосуществовать. Другими словами, согласно этому направлению экономической мысли оба типа поведения хозяйствующих субъек-

тов – реляционное и конкурентное – можно наблюдать в экономической жизни в одно и то же время. И именно в этом отношении реляционная теория проясняет значение взаимодействия.

Но хотя с помощью реляционного подхода хозяйствующий субъект может сформулировать более реалистичную стратегию, чем в рамках экономико-конкурентной теории, у этого подхода есть два существенных недостатка. Первый заключается в том, что реляционный подход в какой-то мере стирает различия между взаимодействием и договоренностью, направленной против конкуренции. Поскольку реляционный подход ставит во главу угла устойчивость развития субъекта, которого интересует только одна цель – ограничение конкурентной борьбы, а эта черта объединяет и антиконкурентные договоренности. В рамках данного подхода такой феномен, как потенциальное повышение цены хозяйствующими субъектами, даже не учитывается. Однако именно создание стоимости отличает взаимодействие от договоренностей. Второй недостаток реляционного подхода – допущение, что в условиях взаимодействия все партнеры преследуют одну и ту же цель, а именно обеспечение собственного устойчивого развития.

Наиболее полно реляционные отношения проявляются во взаимодействии хозяйствующих субъектов и налоговых органов, исходя из специфики функционирования которых можно выделить основных участников реляционных отношений: налоговые органы и хозяйствующие субъекты.

Методической основой реляционных отношений является положение о том, что они представляют собой, по сути, одну единственную форму объединения, имеющую свои характерные особенности, которые позволяют рассматривать взаимодействие субъектов как особый вид деятельности. Главным является то, что речь идет об объединении независимых структур, намеренных осуществлять специфический вид деятельности – исчисление и уплату налогов, установленных налоговым законодательством. При этом каждая структура использует собственные ресурсы для достижения конечной стратегической цели. При этом в рамках достижения общих целей каждая из взаимодействующих структур не теряет своей стратегической автономности и преследует индивидуальные интересы. В качестве примера рассмотрим возможные варианты взаимодействия: федеральная власть – хозяйствующие субъекты; хозяйствующие субъек-

ты – налоговые органы, федеральная власть – налоговые органы.

Федеральная власть рассматривается как активный участник в создании и развитии необходимых для нормального функционирования бизнеса рыночных механизмов, способствующих выполнению хозяйствующими субъектами социально-экономических задач (создание рабочих мест, установление достойной оплаты труда, решение социальных проблем и т. п.).

Необходимость наличия налоговых органов объясняется их организационно-экономическими особенностями в связи с необходимостью осуществления совокупности действий по определению суммы налога, причитающегося к уплате в бюджет или внебюджетный фонд.

Особое значение имеют отношения «хозяйствующие субъекты – налоговые органы», что выражается в стремлении одних иметь гарантированный и, самое главное, достаточный для воспроизводственной деятельности доход, а других – устойчивые налоговые поступления.

В основе взаимодействия налоговых органов с хозяйствующими субъектами лежит механизм взаимодействия, основанный на полноте реализации принципов налогообложения, как организационно-экономической основы успешной реализации в жизнь налоговой политики. Он представляет собой совокупность способов и правил организации налоговых отношений, с помощью которых обеспечивается осуществление системы распределительных и перераспределительных отношений, создание централизованного фонда государства для выполнения его функций, регулирование социально-экономического развития общества, потреблений и накоплений субъектов хозяйствования.

Теория моделирования механизма взаимодействия сочетает предпосылки неограниченной рациональности и оппортунизма. Рациональность здесь означает предпосылку информационной обусловленности, т. е. доверитель и его агент при вступлении в сложное контрактное взаимодействие обладают различной, и по существу, частной информацией. Поэтому теория моделирования механизма взаимодействия в подходе к проблеме рациональности занимает как бы промежуточную позицию между теорией контрактации на вероятностных рынках и теорией транзакционных издержек: с первой ее сближает предпосылка вычислительной способности, а со второй – признание наличия информационной асимметрии. Итак, основой взаимодействия налоговых органов и хозяйствующих субъектов можно счи-

тать результат действия трех движущих сил: конкурентного давления, рыночного регулирования и конкурентной среды.

Необходимые условия для успешного взаимодействия налоговых органов и хозяйствующих субъектов определяются действием регуляционных налоговых процессов, лежащих в основе налоговой системы. Иными словами, налоговая система является инструментом регулирования реляционных отношений, возникающих между налоговыми органами и хозяйствующими субъектами. Влияние налогов на процесс воспроизводства происходит в ходе налогового регулирования и представляет собой систему мероприятий, связанных с налогообложением. Регулирование налоговых отношений на уровне хозяйствующих субъектов осуществляется путем законодательного установления различных налоговых режимов и налогов. Это означает, что налоговое воздействие на экономику хозяйствующих субъектов носит законодательно-принудительный характер. Налоговые обязательства распространяются на все хозяйствующие субъекты.

Регулирование реляционных отношений с позиций налоговых органов осуществляется следующими методами: изменение налоговых льгот; дифференциация, повышение или понижение налоговых ставок; полное или частичное освобождение от налогов (отдельных налогов); отсрочка платежа или аннулирование задолженности и возврат ранее уплаченных сумм; применение штрафных санкций за не-

своевременную уплату налогов и другие нарушения налогового законодательства; предоставление налогового и инвестиционного налогового кредита организациям и структурам, осуществляющим инвестирование средств в обновление основных фондов. Любое изменение составляющих данного набора методов оказывает прямое влияние на финансовое состояние налогоплательщика. Таким образом, регулирование реляционных отношений включает в себя меры не только фискального и регулирующего характера, но и меры, стимулирующие инновационную активность организаций и структур, поощряющие их деятельность в решении социально-экономических проблем.

Соблюдение основных принципов налогообложения, со своей стороны, способствует становлению новых целевых установок в экономическом развитии страны: создание условий, благоприятствующих инвестированию сбережений предприятий и частных лиц для формирования новых рабочих мест; обеспечение конкурентоспособности продукции путем стимулирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, новейших технологий и фундаментальных исследований; проведение протекционистской политики и способствование отраслевому и территориальному переливу капитала; стимулирование накопления капитала и сбережений, сдерживание личного потребления капитала; обеспечение социальных потребностей всех слоев населения.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ НАЛОГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАВНОВЕСИЯ

TAX MANAGEMENT SYSTEM OF ECOLOGICAL BALANCE: INTERNATIONAL EXPERIENCE

Ю.А. Васильева, Л.А. Родина

U.A. Vasileva, L.A. Rodina

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Статья посвящена вопросам налогового регулирования в сфере экологии. Рассматривается опыт зарубежных стран по налогообложению альтернативных видов энергетики. Этот опыт может быть адаптирован и на российские условия.

The article is devoted to the tax regulations in the field of ecology. The authors consider experience of foreign countries on the taxation of alternative energy. This experience can be adapted to Russian conditions.

Ключевые слова: налоги и налогообложение, альтернативная энергетика, налоговое регулирование.

Key words: tax and taxation, alternative energy, tax regulation.

Ориентируясь на европейский опыт, мы зачастую оцениваем уровень жизни европейцев как очень высокий. Особенно это касается скандинавских стран, где уровень жизни признаем как самый высокий в мире. Но прежде, чем приступить к оценке международного опыта с направленностью на адаптацию к российским условиям, следует понять разницу между теми факторами и условиями, которые способствуют такому положению дел в Скандинавии, и только потом выявлять возможности заимствования данного опыта. Следовательно, нужно понять, что предпринято в этих странах, например в Швеции, и что не сделано в нашей стране.

Как известно, Швеции удалось сформировать такую энергетическую систему, которая оптимально сочетает интересы экологии с экономической эффективностью. Благодаря внедрению передовых технологий и системному хозяйственному мышлению зависимость этой страны от нефти и газа ежегодно сокращается, несмотря на холодный климат.

Исследуем, какую роль играют нефть и газ в энергетической системе Швеции на текущий момент [1]. За последние 40 лет потребление природного газа и нефти в шведской энергетической системе сократилось на 45 %. Сокращение произошло одновременно в жилищно-коммунальном хозяйстве, сфере услуг и в промышленности. Сегодня углеводородные энер-

гоносители используются в первую очередь в транспортном секторе в виде бензина и дизельного топлива. При этом на нефть приходится около трети общего потребляемого объема энергии в Швеции, а на газ – всего несколько процентов (в 2009 г. – чуть более 2 % от общего объема потребления энергии). И какие-либо планы расширения системы использования газа в домах и на предприятиях неактуальны.

Согласно обнародованным долгосрочным целям правительства, к 2030 г. парк транспортных средств Швеции не должен будет зависеть от ископаемых видов топлива. Проводимая правительственная политика постепенно делает ископаемые виды топлива все менее конкурентоспособными.

Что же касается использования альтернативных источников энергии, то ситуация сложилась следующая. Общая доля возобновляемых источников энергии в Швеции выросла в 2009 г. с 33 почти до 45 %, далее рост снизился. Швеция имеет самую большую долю возобновляемой энергии по отношению к объему конечного потребления энергии во всем Евросоюзе. Такое положение дел объясняется не только большими запасами возобновляемых источников энергии, широко используется гидроэнергетика (гидроресурсы – один из основных источников электроэнергии в Швеции), но и проводимой в этой области активной политикой.

В 2008 г. на возобновляемые виды энергии во всем ЕС приходилось почти 11 % от общего объема потребляемой энергии. При этом была поставлена общеевропейская цель – достичь к 2020 г. 20 %. Для каждой страны-участницы установлена ее собственная обязательная цель: для Швеции это 49 %, самый высокий показатель в ЕС.

В настоящее время использование биотоплива для отопления – это очень эффективный способ с точки зрения затрат. В области выработки электроэнергии из возобновляемых источников в настоящее время происходит масштабное развитие ветровой энергетики на суше в рамках системы электросертификатов. Для достижения поставленной цели, конечно, необходимы государственные инвестиции в развитие технологий.

В Швеции активно применяются налоговые и административные механизмы для стимулирования производства биоэтанола. Наиболее важной мерой налогового стимулирования является освобождение биотоплива от налогов на энергию, экологических налогов и сборов (налоги на выбросы CO₂ и на выбросы серы). Кроме прямых налоговых льгот, производство и использование биотоплива поддерживается и через косвенные механизмы – так называемые «зеленые налоги». Налог на выбросы CO₂ привел к увеличению использования биотоплив в основном на отопительные нужды.

Важно заметить, что шведский опыт в этом плане не единственный. Итальянским производителям разрешено уменьшить акцизные сборы на топливо, содержащее от 5 до 25 % биодизельного топлива. Также Италия имела освобождение от налогов на производство биотоплива пока его уровень не достигнет 300 тыс. тонн. В настоящее время акциз на дизельное топливо составляет €381,70/1 000 литров. Акциз на топливо с содержанием биотоплива до 5 % составляет €362,60/1 000 литров, и €286,30/1 000 литров при содержании биотоплива около 25 %. В Испании различают национальную и региональную политику в отношении биотоплива. Предусмотрены фискальные меры, которые гарантируют налоговые вычеты для инвестиций в новые капиталовложения, которые будут использоваться при производстве биотоплива. Налоговые вычеты составляют 10 % от инвестиций. Переработка сельскохозяйственных и лесных материалов в биотопливо и нефтепродукты, используемые при такой переработке, попадает под этот закон о вычетах. В соответствии с королевским декре-

том производство биотоплива обеспечивается уменьшением акцизных сборов. Также имеют место льготы в виде субсидий, которые существуют для проектов по производству топлива из древесных, сельскохозяйственных и промышленных отходов. Уровень субсидий установлен на уровне 30 %. Во Франции, являющейся лидером по производству биотоплива, действовали налоговые льготы в размере 100 % для биодизеля и 80 % для биоэтанола в рамках пилотных проектов. Однако в настоящее время Европейская Комиссия признала производство биоэтанола значимым, в соответствии с объемами производства выходящее за рамки пилотного проекта, поэтому введены квоты на производство биотоплива и сняты налоговые льготы для биоэтанола.

Таким образом, европейские страны активно развивают сферу альтернативной энергетики, но для этого требуется четкое понимание необходимости поддержки прежде всего научных исследований по совершенствованию технологий производства биоэтанола, позволяющих снизить риски, которые имеют место быть при использовании современных технологий производства биотоплива.

В Швеции сформирована система поощрения производства альтернативной энергии. Высокая доля энергии, получаемой из возобновляемых источников, – это результат применения целого ряда рычагов управления, где налог на углекислый газ является одним из самых значительных. Со времен нефтяных кризисов 1970-х гг. в принципе все потребление нефти и угля в централизованных сетях теплоснабжения заменено на биотопливо – остаточные продукты и отходы предприятий лесного хозяйства и деревоперерабатывающей промышленности. Использование биотоплива не облагается энергоналогом, в отличие от других видов топлива.

Недавно правительство и парламент Швеции приняли решение о необходимости уменьшить зависимость страны от гидроэнергетики и ядерной энергетики за счет создания «третьей ноги» системы энергоснабжения – возобновляемых источников электроэнергии, не считая гидроэнергетики. Главный инструмент для достижения этой цели – введенная в 2003 г. система электросертификатов. Эта модель поддержки создана таким образом, чтобы не просто давать деньги компаниям, производящим электроэнергию из альтернативных источников, а чтобы максимально задействовать рыночные механизмы и сделать эти производства эффективными с точки зрения затрат.

«Зеленым» производителям электроэнергии Шведское энергетическое агентство выдает право на продажу электросертификатов, а все компании, занимающиеся передачей и распределением электроэнергии, и промышленные потребители обязаны покупать такие сертификаты по специальной квоте, для них установленной. Ежегодно энергетическое агентство проверяет все компании на предмет того, соответствует ли количество купленных электросертификатов тому объему энергии, который компания потребила или передала. При этом покупать эти сертификаты не обязательно непосредственно у производителей «зеленой» энергии. Создан вторичный рынок, где компании, у которых таких сертификатов в избытке, могут их продавать. Обычно цена составляет 15–25 центов за киловатт-час. Система нейтральна к используемой технологии и приводит к развитию наименее затратных способов выработки электричества из возобновляемых источников. В настоящее время это ветровая энергетика на суше.

По универсальным общечеловеческим требованиям к месту проживания Стокгольм представляет собой уникальное явление [2]. Столицу Швеции смело можно назвать городом XXI века: жизнь здесь устроена с применением последних научных достижений.

Организация жизни человека в городах становится одним из важнейших вопросов развития человечества из-за продолжающегося процесса урбанизации, о чем свидетельствует статистика, согласно которой четверо из пяти европейцев – горожане. Города давно стали главной нагрузкой на экологическую и ресурсную систему: мегаполисы потребляют много и часто совершенно неразумно, производят горы отходов, при этом качество жизни человека в таком городе становится все хуже. В Европе давно задумываются о том, как реорганизовать города, чтобы они стали максимально эффективны и разумны с точки зрения ресурсозатрат, не наносили вреда экологии и одновременно были удобны и комфортны для проживания человека. В этом направлении шведы продвинулись дальше многих. В 2010 г. Стокгольм был признан самой экологичной столицей Европы. Главными индикаторами оценки стали качество воздуха, правильное использование земли, ситуация с мусором и потребление воды.

Несмотря на то, что по европейским меркам Стокгольм довольно крупный город (численность жителей в нем приближается к миллиону), качество воздуха в городе настолько

высокое, что немногим отличается от деревенского. Добиться этого удалось благодаря усилиям на разных направлениях. Прежде всего город попытался избавиться от главного загрязнителя – машин. Для этого была выстроена продуманная экономическая и инфраструктурная система, благодаря которой 75 % горожан пользуются общественным транспортом. Содержание машины в Швеции вообще сопряжено с высокими затратами, но последних значительных успехов в ограничении автопарка в Стокгольме удалось добиться в результате введения платной системы въезда в город. Идея состояла в том, что везде на въезде в город и на выезде из него стоят специальные датчики, которые считывают номера машин, въезжающих и выезжающих, а сами автомобили оборудованы специальными чипами. В конце каждого месяца шведы получают по почте счет, где указано, сколько раз машина пересекла линию датчиков с проставленной суммой к оплате.

Стоимость одного пересечения варьирует от 10 до 25 крон в зависимости от времени дня: в утренние и вечерние часы пик плата самая высокая, а в промежутках падает. По ночам, в выходные и праздники плата не взимается. В течение года проходил эксперимент, по окончании которого был проведен референдум: жители Стокгольма должны были решить, хотят ли они оставить платный въезд в свой город. Большинство проголосовало за. Надо сказать, что уровень оплаты определялся весьма взвешенно. По словам представителя транспортного агентства, «надо было найти очень правильную цифру, так как слишком высокая плата означала бы дискриминацию основной массы населения по отношению к богатым, а слишком низкая не была бы существенной статьей расхода для семейного бюджета и не принесла бы нужного эффекта». Помимо затрат на датчики и чипы городу пришлось раскошелиться на организацию так называемых перехватывающих парковок и дополнительное развитие муниципального транспорта. В процессе эксперимента транспортная сеть была увеличена на 15–20 %, и теперь 90 % населения Стокгольма и пригородов живет не дальше 300 метров от остановки какого-нибудь городского транспорта, который ходит не реже одного раза в час, средний же интервал – 10–15 минут. Были проложены дополнительные велосипедные дорожки, а также создана система аренды велосипедов с так называемых автоматических станций, когда житель может брать велосипед в одной части города и остав-

лять в другой, в результате чего поток велосипедистов вырос на 60 %.

Но несмотря на то, что трафик в городе сократился еще на 20 %, по Стокгольму по-прежнему ездят машины и автобусы. К оставшемуся транспорту был применен другой подход. Его планомерно переводят на этанол и биогаз, которые при сгорании не производят таких выхлопов, как бензин и дизель. Прежде всего на этанол и биогаз были переведены все городские автобусы, затем – кошмар всех больших городов – огромные мусоросборники и другая тяжелая городская техника. Снижены налоги для такси и личного транспорта, работающего на этаноле, биогазе и гибридах.

Экологии Стокгольма помогает и обилие парков и зеленых насаждений в черте города, составляющих 40 % всей городской территории, – один из самых высоких показателей в мире. Шведы очень трепетно относятся к своим деревьям и никогда не ведут строительство за счет сокращения зеленых территорий. А за состоянием окружающей среды пристально наблюдает специальная экологическая полиция, обладающая значительными правами по наложению штрафов и обращению в суд в случае нарушения экологического законодательства.

Еще одним важным показателем чистоты в Стокгольме является вода. В городской черте расположено большое пресное озеро Маларен, из которого берется вода для стохгольмского водопровода. Качество водопроводной воды настолько высокое, что покупать воду в бутылках считается нецелесообразным. Более того, в озере Маларен разрешена рыбалка, ловить рыбу везде разрешено бесплатно. Зная о пристрастии местных жителей к городской рыбалке, для поддержания численности лососевых городские власти ежегодно выпускают в озеро мальков лосося, которые для этих целей выводятся в местном музее-аквариуме.

Отдельного внимания заслуживает отношение шведов к мусору и разного рода отходам. Столь активное стремление экономить даже отходы присуще, пожалуй, еще японцам, которые тысячелетиями жили на островах в режиме большого ресурсного дефицита. На текущий момент свалки органического мусора в Швеции просто запрещены законом. Используется даже зола с мусоросжигательных заводов, ее используют как материал для строительства дорожных покрытий и фундаментов.

Весь шведский мусор сортируется. Экологическая полиция периодически проверяет, правильно ли проведена сортировка, и может оштрафовать нарушителей. Стекланные, пла-

стиковые и алюминиевые банки можно сдавать за небольшую плату в специальных автоматах, установленных в супермаркетах. Очень многие именно так и делают: это сокращает вес мусора, за утилизацию которого приходится платить. Эффективность системы по обращению с мусором обусловлена тем, что плата за его сбор у населения и компаний достаточно высока. Эти средства позволяют часть мусора, например бумагу, стекло, пластик, отправлять в повторную переработку.

Более 80 % органического мусора отправляется на специальные станции по выработке биогаза, туда же попадают твердые отходы канализационных вод (отходы после производства биогаза идут на удобрения для сельского хозяйства). Однако значительная часть мусора (около 50 %) непригодна ни для переработки, ни для производства биогаза. Непригодное отправляется на мусоросжигательные предприятия. Такие заводы являют собой наглядный пример эффективности. Для сравнения, в Швеции 31 мусоросжигательный завод на 9 млн чел. населения, что достаточно внушительно, если учесть, что в современной Москве с численностью населения около 18 млн чел. таких заводов всего 4, а их оснащение нуждается в серьезной реконструкции. На них не просто сжигают мусор, получаемым теплом обогревают населенные пункты и еще производят электричество. Разумеется, жесткое экологическое законодательство требует от этих заводов такого оснащения очистительными фильтрами, что выбросов от мусоросжигательного предприятия меньше, чем от оживленного шоссе. Шведы настолько продвинулись в эффективности мусоросжигания, что сегодня им уже не хватает собственного мусора, и они импортируют его из соседних государств, например Германии.

Таким образом, обобщение шведского опыта построения системы налогового регулирования экологического равновесия позволяет предложить следующие направления совершенствования налогового законодательства РФ:

– стимулировать пользователей биотоплива и иных альтернативных видов топлива в части такого налога, как, например, транспортного при использовании чистых видов топлива для транспортных средств;

– стимулировать пользователей альтернативной энергии в части имущественного налога при снабжении теплом, электричеством объектов недвижимости от альтернативных источников энергии;

– вводить вычеты на сумму расходов, связанных с обеспечением экологической чистоты используемых в производстве технологий, условий безопасности деятельности;

– предоставлять льготы для организаций, осуществляющих разработку и распространение производственных технологий с фактором экологического риска, стремящимся к нулю.

1. Буланов А. Нефть и газ скоро станут не нужны // Эксперт. – 2011. – № 10 (744). – С. 34–39.

2. Власова О. Лучший город на Земле // Эксперт. – 2011. – № 12 (746). – С. 26–31.

К ВОПРОСУ О НЕЗАКОННОМ ВОЗМЕЩЕНИИ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ

ILLEGAL COMPENSATION OF VALUE ADDED TAX

А.О. Пластун, Н.В. Миллер

A.O. Plastun, N.V. Miller

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Статья посвящена одной из наиболее актуальных проблем – незаконному возмещению налога на добавленную стоимость из бюджета. На основе исследований арбитражной практики обозначены факторы, способствующие созданию противозаконных схем возврата денежных средств, находящихся в распоряжении Правительства РФ. Предлагаются мероприятия по предупреждению незаконного возмещения НДС.

The article is devoted to one of the most topical problems – the illegal compensation of the value added tax from the budget. Based on research of arbitration practice the authors identify the factors that contributes to illegal schemes to return of money funds at the disposal of the Government of the Russian Federation. The authors suggest measures to prevent illegal compensation of VAT.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, возмещение, незаконные схемы.

Key words: value added tax, compensation of the illegal scheme.

Происходящие в последнее годы в экономике страны серьезные перемены стимулируют рост общественного и государственного интереса к налоговым правоотношениям. Попытки законодателями и экономистами работающей модели налоговой системы обуславливают постоянные изменения в налоговом законодательстве.

При этом наиболее часто подвергается реформированию самый сложный и, пожалуй, самый коррумпированный налог в российской налоговой системе – налог на добавленную стоимость, а в частности, механизмы по его возмещению из бюджета.

Установленные ст. 176, 176.1 Налогового кодекса РФ правила возмещения налога на добавленную стоимость (НДС) исходят из добросовестного исполнения налогоплательщиками своих налоговых обязательств на всех этапах изготовления и оборота товаров (производства работ, оказания услуг), а значит, предполагается, что каждый из цепочки производителей и посредников уплатит в бюджет определенную сумму НДС сообразно собственной налоговой базе.

Но в ходе налоговой проверки может выясниться, что либо заявляемый к возмещению входной НДС реально не уплачен проверяемым налогоплательщиком, либо на каком-то этапе

продвижения товара (выполнения работ, оказания услуг) не уплачен НДС в бюджет кем-то из участников цепочки, либо имеет место и то, и другое. Это означает, что проверяемый налогоплательщик заявляет к вычету (возврату) НДС, который при производстве и обороте соответствующего товара в бюджет не поступил, вследствие чего государство в лице федеральной казны в случае возмещения (возврата) НДС в такой ситуации несет необоснованные экономические потери. Налицо незаконное возмещение налога на добавленную стоимость.

По мнению экспертов, 80 % дел, рассматриваемых судами, связаны с НДС, в том числе более 60 % споров возникают из-за желания налогоплательщика обогатиться за счет государственного бюджета путем создания противозаконных схем возврата НДС.

Такую масштабность противозаконные действия приобретают за счет достаточного количества пробелов в налоговом законодательстве, особенно по вопросам, связанным с НДС. Более того, как упоминалось ранее, это самый коррумпированный налог в РФ.

Решение проблемы коррупции налоговых органов уже долгое время является одной из приоритетных задач, власти регулярно предлагают новые способы борьбы, но исходя из арбитражной практики, видно, что данный

вопрос является «насушным» и в наши дни. Коррупция оказывает наиболее негативное влияние на имидж органов налоговой службы, подрывает доверие добросовестных налогоплательщиков, угрожает развитию рыночной экономики государства и, как следствие, наносит вред экономической и национальной безопасности.

Зачастую провокация коррупции идет со стороны налогоплательщика, который ищет способ ускорить процесс возмещения или, к примеру, облегчить путь налоговой декларации с заявленным в ней НДС к возмещению, а в ответ предлагает награду за этот «путь» в виде части от довольно крупных сумм налога, порой возмещаемого даже не миллионами, а миллиардами. Необходимо уменьшить количество личных контактов налоговых инспекторов и налогоплательщиков, для этого необходимо расширить спектр услуг, оказываемых налоговыми органами электронным путем. Подача деклараций уже осуществляется по каналам телекоммуникационной системы, но можно соединить операцию истребования документов, которая производится по каждой камеральной проверке, с подачей декларации, т. е. весь пакет счетов-фактур должен подаваться вместе с декларацией в виде приложения, что также поможет ускорить процесс проверки. Как следствие развития программного обеспечения и повышения уровня осведомленности о новых возможностях налогоплательщика возможно, к примеру, проводить семинары, посвященные нововведениям, также можно предоставлять брошюры, в которых будет изложена цель, правила пользования новыми услугами по электронным путям.

Также рост коррупции обусловлен несоответствием условий труда, уровня ответственности и объема работы налоговых органов. Стоит увеличить заработную плату до 35–40 тыс., а также разработать систему премирования в зависимости от выполненных работ и достигнутых результатов конкретным налоговым инспектором, а не только отделом и инспекцией в целом. Предоставлять различного рода преференции, к примеру оплату отпуска за границей РФ (перелет). К тому же необходимо воспитывать в работниках налоговой службы гордость за занимаемое ими место, и ввести так называемый «Кодекс чести налогового инспектора», нарушение которого вносилось бы в личное дело и сказывалось на репутации данного должного лица. Инспектору стоит предоставлять современное техническое оборудование и программное обеспечение, не

менее важно создавать и хорошие бытовые условия труда, стимулировать регулярное повышение квалификации.

Для повышения квалификации именно в вопросах незаконного возмещения НДС эффективным представляется возможность обмена кадрами между налоговыми инспекциями на время, своего рода «налоговая стажировка», во время прохождения которой специалисты будут знакомиться с опытом коллег, смогут проследить выявление новых, нетипичных противозаконных схем возмещения, тем самым систематизируя информацию, определить тенденции и уязвимые места, совершенствовать свои знания. А по итогам стажировки смогут внедрить полученные навыки в своей инспекции, тем самым повышая уровень контроля за незаконностью возмещения налога на добавленную стоимость.

Одним словом, необходимо создать конкуренцию за рабочее место в налоговых органах. Такая динамичная престижная работа будет привлекать новых, полных энтузиазма работников, а действующие будут дорожить своим местом.

Вместе с тем борьба с коррупцией не принесет необходимых результатов, если само общество, каждый гражданин не проявят решимость ей противостоять.

Помимо коррупции, сложность и проблематичность администрирования налога на добавленную стоимость заключается и в наличии значительных пробелов в законодательстве. Один из таких пробелов – отсутствие нормы, регламентирующей возврат возмещенного НДС у налогоплательщика, если имеет место нарушение, выявленное после фактического возмещения налога по итогам камеральной проверки в общем порядке. По нашему мнению, данная норма может соответствовать порядку возврата возмещенного налога в заявительном порядке, если срок исковой давности на возврат, как и на возмещение, определить в три года, четкое определение нормы поможет вернуть в бюджет долю дохода, ранее возмещенного незаконным путем.

Наиболее активно недобросовестные налогоплательщики используют пробелы в законодательстве, способствующие созданию фирм «однодневок», регистрируя эти фирмы на номинальных лиц. По исследованиям Центробанка РФ на июль 2011 г. почти четверть миллиона российских фирм имеют нулевые налоговые платежи при совокупном денежном обороте в 4,24 трлн руб., в среднем на одну организацию – 17 млн руб., по данным Федераль-

ной таможенной службы России, около 40 % участников внешнеэкономической деятельности имеют признаки фирм-однодневок [1, с. 28]. По данным Федеральной налоговой службы России, в каждой пятой выездной проверке выявляются схемы с участием фирм-однодневок.

Для предотвращения «лжерегистрации» стоит скоординировать взаимодействие различных контролирующих органов в данном направлении, обмен осуществлять по каналам электронной связи, расширить перечень оснований для отказа в государственной регистрации. В случае выявления несоответствия фирм требованиям:

- наличия органов управления юридического лица;
 - наличия реального адреса местонахождения организации;
 - предоставления отчетности,
- организация автоматически признается номинальной, что влечет за собой санкции, а также уголовную ответственность [2].

Зачастую складывается ситуация, когда добросовестные налогоплательщики, введенные в заблуждение, становятся участниками незаконных схем возмещения НДС из бюджета, вследствие чего несут на себе бремя ответственности. А значит, необходимо ужесточать меры не только для предотвращения незаконного возмещения налога на добавленную стоимость, но и для защиты интересов добросовестных налогоплательщиков. Одним из способов, направленных на пресечение махинаций, является законодательно закрепленная ответственность за добросовестность контрагента. Она исходит из того, что в письме от 13 декабря 2011 г. № 03-02-07/1-430 Министерство финансов РФ отмечает, что добросовестные налогоплательщики должны проявлять осторожность и осмотрительность при заключении сделок, для этого и разработаны общедоступные критерии самостоятельной оценки рисков, благодаря которым возможно распознать среди контрагентов фирму-однодневку [3]. Данная мера имеет место быть, но в большинстве случаев налогоплательщику не хватает данных о потенциальном контрагенте, чтобы оценить свой риск, а в действующей системе получения информации от контролирующих органов с применением этой нормы ответственность будут нести как виновные, так и добросовестные налогоплательщики. Следовательно, необходимо дать шанс добросовестным налогоплательщикам использовать свое право уклониться от опасной сделки в максимально полном объеме. В настоящее время возможно получить сведения о

интересующем хозяйствующем субъекте – потенциальном контрагенте по запросу в налоговый орган, но многие налогоплательщики пренебрегают данной возможностью из-за количества времени, которое они тратят на получение необходимых данных, а также материальных затрат в виде госпошлины в размере 400 руб., а ведь у организации зачастую не один контрагент, а десятки и денежное бремя довольно обременительно. В свою очередь, данный процесс требует затрат трудовых ресурсов и времени налоговых органов. Справиться со сложившейся ситуацией возможно путем создания информационной базы для налогоплательщиков «История контрагента», которая регулярно и последовательно будет обновляться по мере осуществления деятельности организации (индивидуального предпринимателя). Причем доступ к базе данных должен осуществляться в *on-line* режиме. Данная база представляет собой программу – интернет-ресурс, в которой информация обработана и сгруппирована по каждому налогоплательщику (потенциальному контрагенту), т. е. этой программе можно посвятить отдельный сайт или сделать её вкладкой на сайте Управления Федеральной налоговой службы подобно «личному кабинету налогоплательщика».

Например, плательщик «А» считает необходимым удостовериться в добросовестности своего потенциального контрагента «Б», он заходит на сайт, в поисковое окно вводит название организации (данные индивидуального предпринимателя), ИНН и получает всю доступную информацию о плательщике «Б». База должна содержать открытую информацию, имеющуюся у налоговых органов: дата регистрации, изменения и т. п., информацию из источников СМИ, например о банкротстве, кредиторах, а также комментарии относительно данной организации, внесенные лицами, ранее или ныне взаимодействующими с проверяемым лицом. Комментарии будут носить добровольный и неофициальный характер, но в то же время могут быть полезными. К тому же можно внутри папки каждого налогоплательщика создать ветвь «История руководства и главного бухгалтера», которая будет содержать информацию: образование, опыт работы, заслуги и все изменения, что поможет налогоплательщику своевременно получить регистрацию на номинальных лиц, например: руководство систематически меняется, хотя перемены нецелесообразны.

Программное обеспечение базы должно функционировать таким образом, чтобы нало-

гоплательщик самостоятельно не мог внести изменения, кроме внесения комментариев, а все официальные изменения должны вноситься контролирующими органами, следовательно, налогоплательщик будет своего рода активным пользователем, имеющим право изучать предоставленную информацию и оставлять комментарии.

Очевидно, что создание и обеспечение бесперебойного функционирования информационной базы «История контрагента» возможно при постоянном обновлении информации, решить этот вопрос можно путем автоматического обновления параллельно «Лицевой карточке» только в части открытой информации для общего пользования (дата, место регистрации, снятие с учета и т. п.) и систематического внесения сведений, предоставляемых средствами массой информации, носящими официальный характер.

К тому же при обращении плательщика к базе, он может получить бланк посещения, в котором отразится вся исследованная информация. Бланк посещения может являться доказательством, с одной стороны, добросовестности, с другой – осведомленности и умышленном участии в сомнительной операции, например, при явном наличии данных, свидетельствующих о том, что контрагент – номинальная фирма, налогоплательщик все равно заключает сделку. Данный бланк будет храниться в базе посещений и в случае спора как налоговые органы, так и сам налогоплательщик могут им воспользоваться в качестве доказательной базы.

Разработанный информационный ресурс поможет сократить время, затрачиваемое налогоплательщиком на сбор сведений о потенциальном контрагенте, и, как следствие, материальные издержки, ведь вся доступная и «свежая» информация уже собрана и готова к использованию. Простота процесса привлечет больше желающих вести осведомленную финансово-хозяйственную деятельность, что сократит количество схем незаконного возмещения НДС с участием добросовестных налогоплательщиков, введенных в заблуждение, а также количество схем с использованием фирм-однодневок.

Также вести борьбу с незаконным возмещением НДС и защищать права добросовестных налогоплательщиков поможет создание специализированных экспертных отделов по проверке документов, подаваемых компаниями для возмещения НДС и расчет индивидуального минимального порога, в пределах ко-

торого возмещение осуществляется (автоматически) в кратчайшие сроки.

В налоговых инспекциях на местах часто не видят всех проблем с возмещением НДС и иногда возвращают его необоснованно. А высокопрофессиональные специалисты будут изучать ситуацию более пристально и детально. При этом сотрудники центра будут действовать исключительно в рамках Налогового кодекса, и решения о возврате или не возврате налогоплательщику НДС будут приниматься в отведенные законом сроки. Если законность требования компании о возмещении НДС будут анализировать профессионалы, у добросовестных предпринимателей шанс вернуть уплаченный ранее налог будет существенно повышаться.

Для расчета индивидуального минимального порога необходимо разработать критерии по которым представится возможность определить индивидуальный предел НДС, данные критерии должны носить закрытый характер и представлять собой налоговую тайну, чтобы избежать манипуляций данной информацией со стороны налогоплательщика. К тому же это можно осуществлять в автоматическом режиме, необходимо разработать программный комплекс, который автоматически будет определять процентное отношения того или иного критерия и выводить общий коэффициент соответствия налогоплательщика этим параметрам, критерии должны быть основаны на истории финансово-хозяйственной деятельности субъекта. Но критерии должны подлежать постоянному обновлению, т. е. с каждым новым заявлением на возмещение должен быть рассчитан новый порог, высвобожденное время поможет налоговым органам более детально исследовать документы, в которых заявлены крупные суммы к возмещению, а также тех налогоплательщиков, которые впервые возмещают НДС. Таким образом, индивидуальный минимальный порог увеличит временные и трудовые ресурсы налоговых органов, позволит сосредоточиться на налогоплательщиках, у которых вероятность участия в махинациях наибольшая.

Одним из сдерживающих факторов развития экономики является преступность во всех ее проявлениях. Наибольший ущерб наносит налоговая преступность, так как практически затрагивает все сферы хозяйственной деятельности, а незаконное возмещение НДС является наиболее ярким ее проявлением.

Таким образом, незаконное возмещение налога на добавленную стоимость достигло та-

ких масштабов, что необходимо принимать жесткие меры, от активной деятельности мошенников не только бюджет несет колоссальные потери, но и страдают добросовестные налогоплательщики. Из-за роста числа данных преступлений, каждый налогоплательщик представляется потенциальным нарушителем и возмещать НДС приходится в судебном порядке. Налоговое законодательство требует серьезной и безотлагательной доработки в части возмещения налога на добавленную стоимость. Но тем не менее все это лишний раз подтверждает актуальность налога на добавленную стоимость и необходимость в постоянном о полном контроле всех его составляющих элементов.

1. *Сасов К.* Уголовно-правовые меры для борьбы с фирмами-«однодневками» // *Налоговый вестник.* – 2012. – № 1. – С. 26–29.

2. *Соловьев И. Н.* Фирмы-однодневки: противодействие и проблемы уголовно-правовой квалификации // *Налоговая политика и практика.* – 2011. – № 1. – С. 50–55.

3. Письмо Министерства финансов РФ от 13 декабря 2011 г. № 03–02–07/1-430 // *Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».*

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ НАЛОГОВЫХ ПРОВЕРОК В РОССИИ

ANALYSIS OF THE CONDITION AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF TAX INSPECTIONS SCHEDULING SYSTEM IN RUSSIA

Г.С. Айтхожина

G.S. Aytkhozhina

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Исследуется состояние действующей системы планирования налоговых проверок в России, ее соответствие системе налогового контроля в современных условиях.

The author explores the current state of tax inspections scheduling system in Russia, and its compliance to system of tax control in modern conditions.

Ключевые слова: налоговый контроль, планирование налоговых проверок.

Key words: tax control, tax inspections scheduling.

Действующая система планирования налоговых проверок в РФ выстраивается Федеральной налоговой службой (далее – ФНС) России и базируется на Налоговом кодексе РФ, ведомственной Концепции совершенствования системы планирования выездных налоговых проверок, одноименном ведомственном регламенте и накопленном налоговыми органами России опыте по организации контрольной работы.

К 21-й годовщине отечественных налоговых органов руководитель ФНС России акцентировал внимание на то, что коренным образом изменена стратегия планирования контрольной работы: от всеохватной контрольной работы к выборочной, от сплошного выездного контроля к целенаправленному отбору налогоплательщиков. Контрольная работа переориентирована с максимальных доначислений, которые потом часто проигрывались в судах, на повышение качества проверок, в том числе усиление роли анализа по выявлению организаций с наиболее высокими налоговыми рисками [1].

По состоянию на 1 января 2012 г. ФНС России администрирует более 4,53 млн юридических лиц и 4,08 млн лиц, занимающихся частным предпринимательством и 132,4 млн прочих физических лиц [2]. То есть на 1 работника ФНС России расчетно приходится администрирование 830 субъектов налогообложения, из которых 50 занимаются предпринимательской деятельностью, остальные яв-

ляются собственниками объектов недвижимости, транспорта и т. д.

Общая тенденция – рост числа хозяйствующих субъектов, усложнение хозяйственных связей и операций, финансовых потоков, схем и способов минимизации налоговых обязательств и т. д.

Для целей планирования выездного контроля налогоплательщики подразделяются по масштабу деятельности, по применяемому режиму налогообложения (см. рис. 1).

При планировании выездных проверок предметом планирования в первую очередь выступает определение вида проверки. В соответствии с действующим законодательством при планировании можно определить лишь первичную выездную налоговую проверку или повторную, тематическую или комплексную в тех рамках, которые установлены ст. 89 Налогового кодекса РФ. Во вторую очередь предметом планирования является учет налоговых рисков правонарушений, требующих своего выявления и устранения.

Вместе с тем установленные нормы не позволяют в полной мере выявлять наиболее актуальные виды налоговых правонарушений и преступлений. Если проанализировать характерные нарушения законодательства о налогах и сборах, публикуемые на сайте ФНС России, то из почти 80 позиций нет ни одного, связанного с осуществлением предпринимательской деятельности без постановки на налоговый учет.

Это объясняется невозможностью установления данного вида налогового правонарушения на основе законодательно установленных форм налогового контроля.

Процесс планирования выездных проверок рассматривается как процесс открытый, построенный на отборе налогоплательщиков для последующего контроля по критериям риска налоговых правонарушений, в том чис-

ле общедоступным для граждан. Принцип открытости стал новым элементом системы планирования налогового контроля, несмотря на то, что на всем протяжении формирования, развития и реформирования налоговой системы России планирование контрольной работы являлось особо конфиденциальной процедурой налоговых органов, так называемой «для служебного пользования».

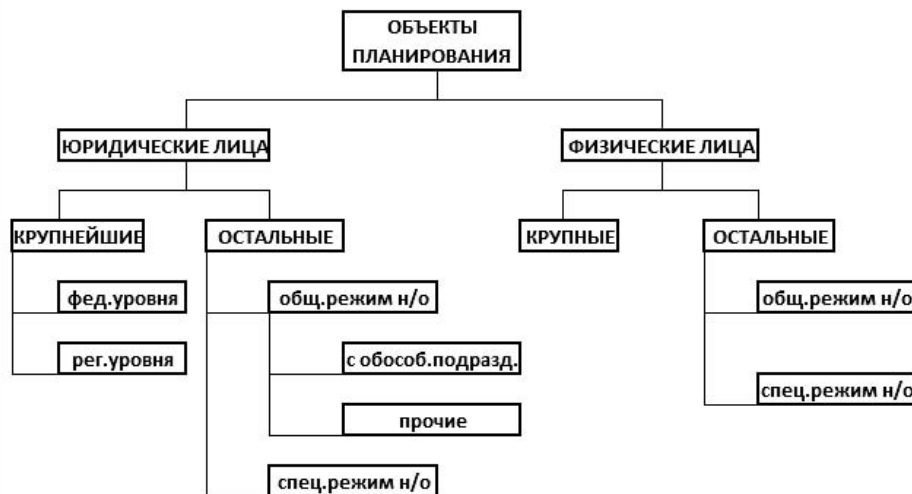


Рис. 1. Дифференциация налогоплательщиков для целей планирования валового национального продукта

Вместе с тем три из четырех базовых принципов, на которых основывается планирование выездных налоговых проверок, носят фискальный и карательный характер:

- своевременность реагирования на признаки возможного совершения налоговых правонарушений;
- неотвратимость наказания налогоплательщиков в случае выявления нарушений законодательства о налогах и сборах;
- обоснованность выбора объектов проверки.

И лишь один – «Режим наибольшего благоприятствования для добросовестных налогоплательщиков» – ориентирован на партнерские отношения.

При этом, руководством ФНС России продекларировано изменение подходов налоговой службы к организации налогового контроля. Задача – соблюдение баланса интересов государства и бизнеса, чтобы, с одной стороны, снизить давление на добросовестных налогоплательщиков, своевременно и в полном объеме исполняющих обязательства перед бюджетом, а с другой – обеспечить неотвратимость наказания тем, кто сознательно уклоняется от уплаты налогов и нарушает законодательство [3].

Вместе с тем о паритете фискальной и социальной составляющих действующей систе-

мы планирования налогового контроля пока говорить преждевременно, отсутствуют механизмы его достижения. Основной акцент в «новой» системе планирования налоговых проверок сделан на отбор объектов для проведения выездных налоговых проверок, причем обоснованный отбор – на базе специально разработанных критериев оценки рисков.

В целом организация контрольной работы налоговых органов по соблюдению налогового законодательства, выявлению и пресечению налоговых правонарушений осуществляется с учетом требований, определенных Регламентом планирования и подготовки выездных налоговых проверок. Данный регламент, унифицируя по всей территории страны процедуры подготовительного этапа проведения выездных проверок, устанавливает единый порядок проведения данных процедур, основные принципы и ряд критериев отбора объектов для проведения проверки.

Основой планирования являются информационные ресурсы из внутренних и внешних источников, которыми располагают налоговые органы и которые представляют собой аккумулированные сведения о налогоплательщиках, содержащиеся как в электронном формате, так и на бумажных носителях. Формирование информационных ресурсов осуществляет-

ся на принципах непрерывности, систематизации, актуализации, полноты, достоверности, организации рациональной системы обработки и хранения информации.

Внутренняя ведомственная информация формируется в электронном виде в централизованных информационных ресурсах, формируемых программными комплексами «ЭОД "Местный уровень"», «ПК "Регион"», в ходе реализации налоговыми органами возложенных на них функций и задач.

Формирование информационных ресурсов налоговых органов о налогоплательщиках из внешних источников осуществляется в соответствии с международными договорами Российской Федерации по установленным нормам отечественного законодательства, на основании межведомственных соглашений по обмену информацией с контролирующими и правоохранительными органами, органами государственной власти и местного самоуправления, по мотивированным обращениям налоговых органов, по общедоступной информации.

В результате сбора и обработки информации о налогоплательщиках формируется досье на каждого налогоплательщика, состоящего на учете в налоговом органе.

Составными частями процесса планирования и подготовки выездных налоговых проверок регламентом выделены такие процедуры как:

1) отбор налогоплательщиков на основе всестороннего анализа всей имеющейся информации о налогоплательщике с учетом критериев риска налоговых правонарушений;

2) дополнительный анализ информации об отобранных налогоплательщиках с целью определения основных направлений и мероприятий налогового контроля, а также расчета предполагаемых трудозатрат на проведение проверки;

3) формирование проекта плана;

4) утверждение планов выездных налоговых проверок.

В соответствии с действующим порядком организация выездных налоговых проверок осуществляется на основе ежеквартально составляемых планов проведения выездных проверок. Исключение составляет планирование налоговых проверок крупнейших налогоплательщиков – план составляется на год.

Планирование налоговых проверок жестко централизовано: отбор налогоплательщиков для включения в план выездных налоговых проверок, подготовку и составление проекта плана осуществляют территориальные налоговые органы, утверждают планы вышестоя-

щие налоговые органы (для межрегиональных инспекций по крупнейшим налогоплательщикам – ФНС России; для остальных территориальных налоговых органов – управления ФНС России по субъектам РФ), за ними же закреплена функция контроля за исполнением плана.

Схематично организация планирования налоговых проверок представлена на рис. 2.

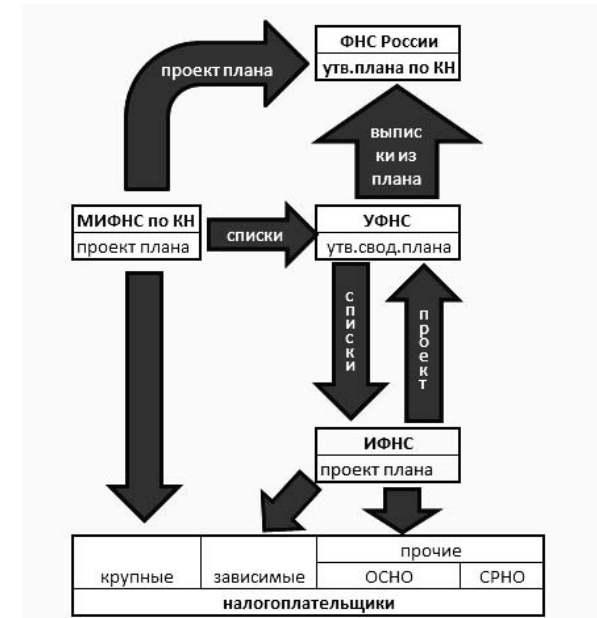


Рис. 2. Схема организации планирования выездных налоговых проверок

Единый регламент определяет не только порядок и принципы планирования, но и методику планирования.

Установлены следующие принципы отбора объектов в проект плана:

- 1) обязательное включение,
- 2) целенаправленный (критериальный) отбор.

Критерии отбора объектов для включения в план выездных налоговых проверок увязаны с применяемой системой налогообложения, спецификой деятельности налогоплательщика (масштабы деятельности, зависимость от крупнейших налогоплательщиков).

Обязательному включению подлежат такие категории налогоплательщиков, как крупные организации и лица, занимающиеся частной практикой и индивидуальным предпринимательством (с годовым доходом 100 млн руб. и более), налогоплательщики, подпадающие под общедоступные критерии самостоятельной оценки, по обращениям правоохранительных органов, по решениям комиссии налогового органа по легализации налоговой базы и подавшие заявление на реорганизацию, ликвидацию.

Вторая категория объектов предстоящего контроля (не подлежащие обязательному включению в проект плана) делится для целей планирования на две группы: применяющих общую систему налогообложения или использующих специальные режимы. В отношении каждой группы устанавливаются «свои» критерии отбора. В отличие от предшествующей версии регламента данные критерии тщательно прописаны по каждой группе налогоплательщиков, в том числе с дифференциацией критериев для различных специальных налоговых режимов.

Результатом отбора объектов при планировании выездных налоговых проверок является формирование проекта плана. Ежеквартально, за 20 дней до начала планируемого периода контрольной работы, инспекции направляют проекты планов для формирования сводного плана выездных налоговых проверок по региону и утверждения руководителем вышестоящего налогового органа – Управления ФНС России по субъекту РФ, на которого возложена персональная ответственность за выполнение планов. В отношении крупнейших налогоплательщиков компетенция по формированию сводного плана проверок и его утверждению возложена на федеральный аппарат. При этом, несмотря на открытость системы планирования налоговых проверок, план является документом конфиденциальным, исключительно для служебного пользования.

Установлен механизм корректировки плана. Субъектом, принимающим решение о корректировке, является налоговый орган, уполномоченный утверждать планы проверок (т. е. ФНС России и УФНС России по субъекту РФ). Основанием для корректировки плана являются вновь возникшие обстоятельства.

На этапе подготовки проекта плана проведения выездных налоговых проверок решается вопрос о необходимости привлечения к отдельным проверкам правоохранительных органов. Основаниями для инициирования совместной проверки могут являться:

1) наличие данных, свидетельствующих о возможных нарушениях плательщиком законодательства о налогах и сборах, содержащих признаки преступления;

2) назначение выездной налоговой проверки на основании материалов о налоговых правонарушениях, полученных от органов МВД России;

3) назначение выездной проверки налогоплательщиков, представляющих «нулевую отчетность» или не представляющих налоговую отчетность в налоговый орган, но осуществляющих экспортно-импортные операции.

Заместитель руководителя ФНС России С.Н. Андрищенко, характеризуя планирование налоговых проверок, отметила, что в настоящее время выездной контроль концентрируется на так называемых зонах риска, которые выявляются при проведении отраслевого анализа, внутриотраслевого анализа налогоплательщиков и среди конкретных налогоплательщиков. Она выделила три этапа в планировании выездных проверок:

1) среди крупнейших налогоплательщиков, состоящих на учете в межрегиональных инспекциях (план формируется по холдингам) (всего 600 налогоплательщиков);

2) среди крупных налогоплательщиков (и их филиальной сети), состоящих на учете в межрайонных инспекциях (1600 налогоплательщиков). Отметим, что это наиболее крупный пласт контроля, поскольку 2200 налогоплательщиков обеспечивают более 70 % поступлений в бюджет;

3) среди остальных налогоплательщиков по критериям риска [4].

При этом в качестве наиболее востребованных критериев отбора налогоплательщиков для выездных налоговых проверок отмечены такие, как:

- отражение в налоговой отчетности значительных сумм налоговых вычетов (37 %);

- налоговая нагрузка ниже среднего уровня по виду деятельности (31 %);

- среднемесячная заработная плата на 1 работника ниже среднего уровня по виду деятельности (24 %);

- опережающий темп роста расходов над темпом роста доходов (17 %);

- отражение индивидуальным предпринимателем суммы расхода, максимально приближенной к сумме его дохода (15 %) [1].

Вместе с тем, не принижая роли методов специального отбора объектов контроля, необходимо отметить, что в настоящее время, когда необходимость и роль целенаправленного отбора не требует доказательств, пришло время для формирования и развития других равноправных элементов системы, придающих ей устойчивость, возможность саморазвития и учет интересов всех участников налоговых отношений.

Действующая правовая база в сфере налогообложения в целом и налогового контроля в частности достаточно четко регламентировала выездные налоговые проверки и контрольные мероприятия. Вместе с тем и в последние годы вносились существенные коррективы в законодательные нормы налогового контроля.

Нововведения 2010–2011 гг. коснулись взаимодействия налоговых органов с налогоплательщиками и банками (передача электронных данных), снятия ограничения на проверяемый период времени хозяйственной деятельности налогоплательщика при подаче уточненной декларации на уменьшение налоговых обязательств, введения обязанности налоговых органов на ознакомление налогоплательщика с материалами дополнительных контрольных мероприятий, мер ответственности за налоговые правонарушения (размеры штрафных санкций за налоговые правонарушения повысились в 2–10 раз), расширения круга лиц, попадающих под контроль цен (взаимозависимые лица, контролируемые сделки), регламентации порядка проведения проверки по контролируемой сделке, установлены порядок образования консолидированной группы налогоплательщиков и особенности проведения выездной налоговой проверки данной категории налогоплательщиков и др.

Существенные позитивные новации внедряются ФНС России в развитии онлайн-услуг для налогоплательщиков. На начало 2012 г. на сайте ФНС России www.nalog.ru действуют 22 онлайн сервиса, в большей части работаю-

щие на профилактику и предупреждение налоговых правонарушений. Это справка о наличии налоговой задолженности и возможность ее оплаты для физических лиц, онлайн регистрация организаций и предпринимателей, передача налоговых деклараций в электронном виде по телекоммуникационным каналам связи, «Личный кабинет налогоплательщика», и др.

На телеканале «Россия 24» в 2012 г. запущена специализированная программа «Налоги» для доведения до телезрителей в простом и доступном изложении наиболее актуальных проблем налогообложения, изменений в налоговых отношениях.

Однако, несмотря на последние новации, действующая система планирования выездного налогового контроля остается более ориентированной на фискальную и карательную функции, а не социальное партнерство, слабо развиты механизмы превентивного характера для соблюдения интересов всех сторон налоговых отношений. Если сопоставить общие схемы системы налогового контроля в РФ и системы планирования налоговых проверок (рис. 3), то наглядно видны расхождения практически по всем основным элементам.

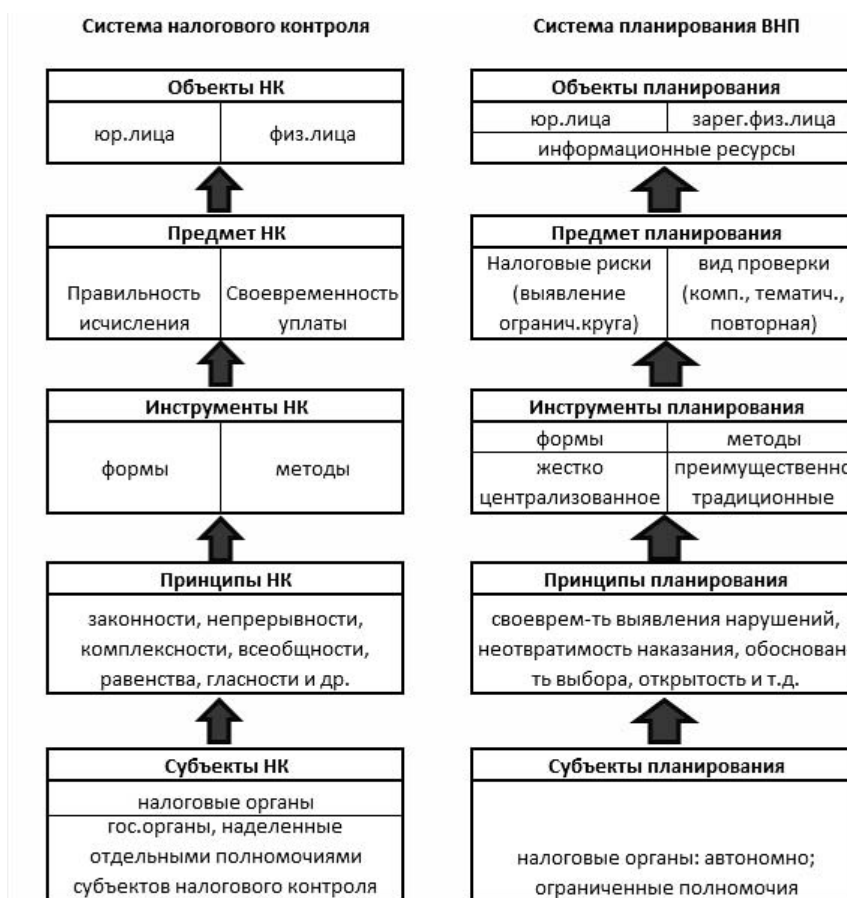


Рис. 3. Сравнительная характеристика элементов системы налогового контроля и системы планирования налоговых проверок в РФ

Для формирования системы планирования налогового контроля, отвечающей современным требованиям в условиях глобализации экономики, развития информационных технологий, модернизации налоговых органов, для обеспечения справедливого налогообложения и устойчивого развития общества, в качестве основной идеи концепции стратегического преобразования системы планирования налоговых проверок необходимо развитие ее как модернизированной и одновременно открытой, многофункциональной, саморазвивающейся системы.

1. *Мишустин М.* Инспектор зря не ходит. // Российская бизнес-газета. – 2011. – № 824. – 22 ноября.

2. Федеральная налоговая служба. – URL: <http://www.nalog.ru/gosreg/>

3. Облако в налогах. Михаил Мишустин о земле на Рублевке, доходах чиновников и увольнениях за хамство // Российская газета. – Федеральный выпуск. 2011. № 5637 (261). 21 ноября.

4. *Андрющенко С. Н.* Число выездных налоговых проверок снизилось в 3 раза, результативность одной проверки возросла в 4,5 раза // Российский налоговый курьер. – 2011. – № 10.

**ЗЕМЕЛЬНЫЙ НАЛОГ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ
ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТОВ ПОСЕЛЕНИЙ АЗОВСКОГО НЕМЕЦКОГО
НАЦИОНАЛЬНОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ**

**THE LAND TAX AS A BASIS OF FORMATION
OF A PROFITABLE PART OF BUDGETS OF RURAL SETTLEMENTS
OF THE AZOV GERMAN NATIONAL MUNICIPAL RAION OF OMSK REGION**

**Т.Н. Богославец, Н.Ф. Гроц
T.N. Bogoslavets, N.F. Grots**

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Земельное налогообложение занимает особое место в налоговой системе Российской Федерации. Несмотря на сравнительно невысокую долю земельного налога в общем объеме доходных поступлений консолидированного бюджета района, земельный налог выступает в качестве важного источника формирования бюджетов поселений.

Land taxation occupies a special place in the tax system of the Russian Federation. Despite the relatively small share of land tax in the total volume of revenues of the consolidated budget of raion, the land tax acts as an important source of forming the budgets of rural settlements.

Ключевые слова: местный бюджет, сельское поселение, земельный налог.

Key words: the local budget, rural settlement, a land tax.

Местные бюджеты являются важной составной частью финансовых ресурсов муниципальных образований, необходимых для осуществления задач и функций органов местного самоуправления. В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации (далее – БК РФ) местные бюджеты входят в единую бюджетную систему Российской Федерации.

Консолидированный бюджет Азовского немецкого национального района Омской области (далее – Азовский муниципальный район) включает в себя бюджет муниципального района и бюджеты восьми сельских поселений: Азовского, Александровскоого, Березовского, Гауфского, Звонаревокутского, Пришибского, Сосновского, Цветнопольского.

Согласно п. 1 ст. 2 Федерального закона № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» под сельским поселением понимается «один или несколько объединенных общей территорией сельских населенных пунктов (поселков, сел, станиц, деревень, хуторов, кишлаков, аулов и других сельских населенных пунктов), в которых местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления».

В соответствии со ст. 15 Налогового кодекса Российской Федерации (далее – НК РФ) к местным налогам отнесены только два налога: земельный налог и налог на имущество физических лиц. В БК РФ в настоящее время имеются нормы, предусматривающие процентные отчисления в доходы местных бюджетов от налогов. В бюджеты поселений зачисляются средства от земельного налога и налога на имущество физических лиц по нормативам 100 %.

Земельное налогообложение занимает особое место в налоговой системе Российской Федерации. Несмотря на сравнительно невысокую долю земельного налога в общем объеме доходных поступлений, земельный налог выступает в качестве важного источника формирования местных бюджетов.

Согласно п. 1 ст. 387 НК РФ земельный налог вводится в действие и прекращает действовать в соответствии с НК РФ и нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований и обязателен к уплате на территориях этих муниципальных образований.

Решениями советов сельских поселений Азовского муниципального района в отношении земельного налога определены налоговые ставки в пределах, установленных НК РФ, по-

рядок и сроки уплаты. Органы местного самоуправления могут дополнительно устанавливать категории лиц, имеющих право на льготное налогообложение по земельному налогу. Решениями представительных органов муниципальных образований Азовского муниципального района предусмотрены следующие льготы:

1) лица I и II группы инвалидности могут воспользоваться льготой в размере 50 % от кадастровой стоимости земельного участка, представленного физическому лицу для личного подсобного хозяйства, в отношении одного земельного участка;

2) полностью освобождаются от налогообложения муниципальные учреждения.

Налоговые доходы от местных налогов за 1 квартал 2012 г., фактически поступившие в бюджеты поселений Азовского муниципального района, составляют 483,6 тыс. руб., из них от уплаты земельного налога – 387,7 тыс. руб., или 80,2 %, от уплаты налога на имущество физических лиц – 95,9 тыс. руб., или 19,8 % [1].

За 1 квартал 2011 г. фактически поступило в бюджеты поселений от местных налогов 2574 тыс. руб., из них от уплаты земельного налога – 2247 тыс. руб., или 87,3 %, от уплаты налога на имущество физических лиц – 327 тыс. руб., или 12,7 %. Налоговые доходы от местных налогов за 1 квартал 2010 г., фактически поступившие в бюджеты поселений, составляют 1602,1 тыс. руб., из них от уплаты земельного налога – 1584,1 тыс. руб., или 98,9 %, от уплаты налога на имущество физических лиц – 18 тыс. руб., или 1,1 % (рис. 1).

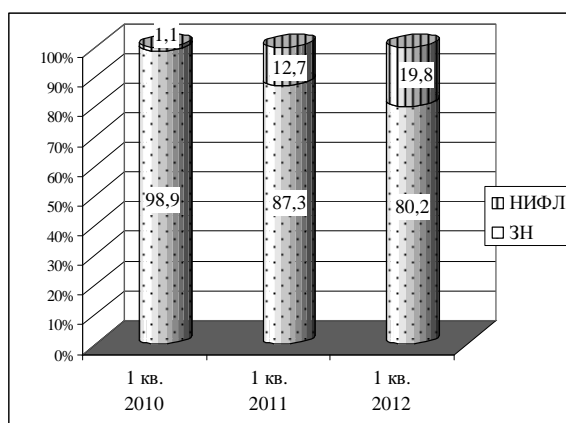


Рис. 1. Соотношение поступлений земельного налога и налога на имущество физических лиц в бюджеты поселений Азовского муниципального района

Главной обязанностью налоговых органов является контроль за правильностью ис-

числения, полнотой и своевременностью внесения в бюджетную систему Российской Федерации налоговых платежей. Эта обязанность исполняется путем проведения налоговыми органами камеральных и выездных проверок. Камеральную проверку можно рассматривать как основную, приоритетную форму контроля, потому что она позволяет охватить 100 % налогоплательщиков, а также трудозатраты на ее проведение значительно ниже по сравнению с выездной налоговой проверкой.

Согласно отчету, составляемому налоговыми органами, сумма земельного налога, заявленная в декларациях юридических лиц, в 2010 г. по сравнению с 2009 и 2008 г. снизилась на 4,6 и 8,7 % соответственно. В 2009 г. по сравнению с 2008 г. сумма налога снизилась на 4,3 % (рис. 2).

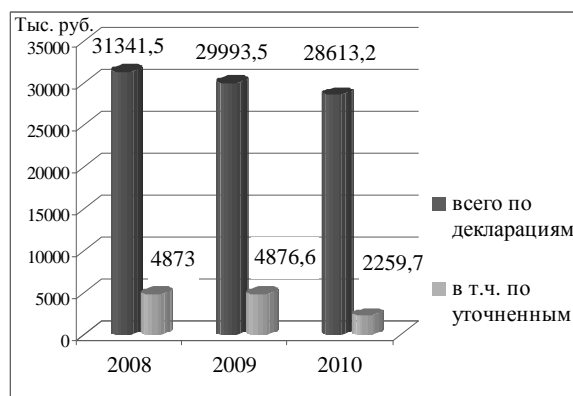


Рис. 2. Сумма земельного налога, заявленная в декларациях юридических лиц за период с 2008 по 2010 г.

По данным отчета налогового органа, сумма земельного налога, заявленная в декларациях физических лиц, в 2010 г. по сравнению с 2009 г. увеличилась на 11,6 %. В 2009 г. по сравнению с 2008 г. сумма налога снизилась на 18,3 % (рис. 3).

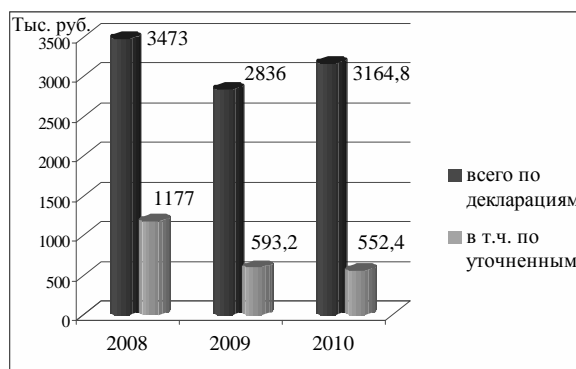


Рис. 3. Сумма земельного налога, заявленная в декларациях физических лиц за период с 2008 по 2010 г.

Согласно отчету налогового органа о налоговой базе и структуре начисления по местным налогам (далее – отчет 5МН), земельный налог занимает значительную долю налоговых поступлений в бюджеты поселений Азовского муниципального района в разрезе как юридических, так и физических лиц. В 2010 г. наблюдается увеличение поступлений земельного налога по сравнению с 2009 г. на 4,5 % (рис. 4).

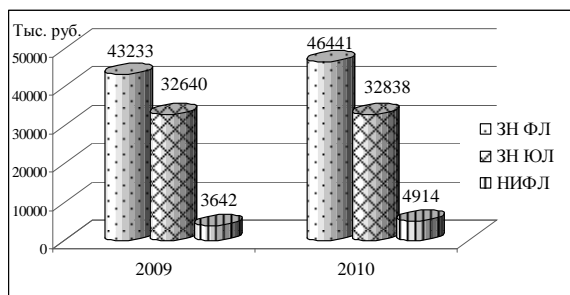


Рис. 4. Динамика уплаты местных налогов, зачисляемых в бюджеты поселений Азовского муниципального района за 2009–2010 гг.

По данным отчета 5МН, наибольшее поступление земельного налога от юридических лиц в 2010 г. наблюдается в Азовском сельском поселении (332 тыс. руб.), наименьшее – в Березовском сельском поселении (13 тыс. руб.). Среди поступлений земельного налога, уплаченного физическими лицами, наибольшее – в Александровском сельском поселении (1456 тыс. руб.), наименьшее – в Гауфском сельском поселении (63 тыс. руб.) (рис. 5).

Исчисление земельного налога, исходя из кадастровой стоимости, привело к возникновению проблем как у налоговых органов, так и у налогоплательщиков и местных бюджетов.

Особенно важной является проблема определения налоговой базы для исчисления земельного налога. Земельный налог является постоянным и прогнозируемым источником дохода муниципальных бюджетов. Недостаток земельного налога заключается в низкой эластичности по отношению к изменениям текущей стоимости земли, что заставляет производить достаточно трудоемкую периодическую переоценку налоговой базы в целях приведения ее в соответствие с текущей рыночной стоимостью.

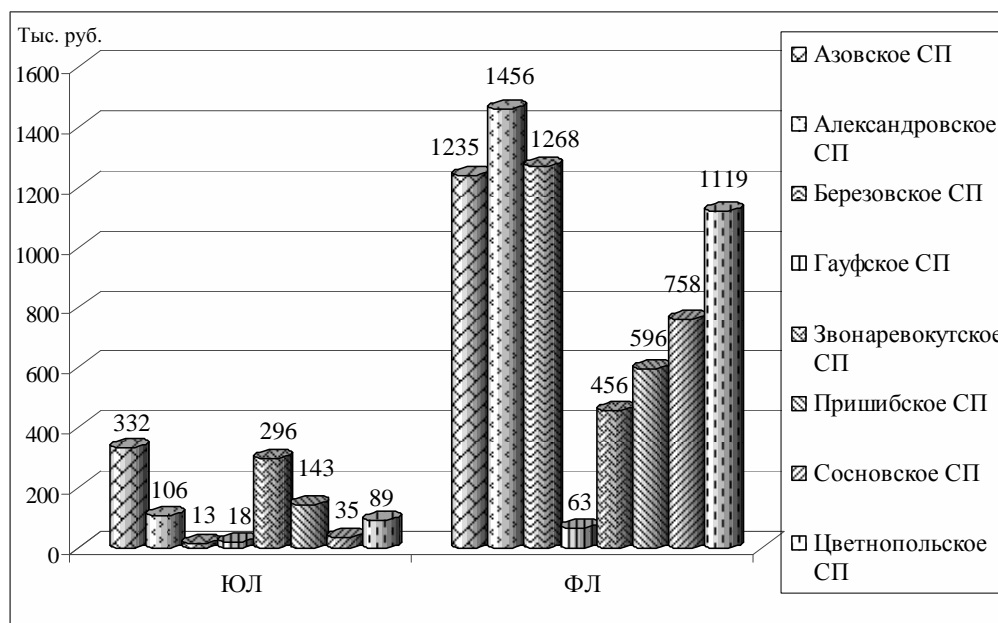


Рис. 5. Поступление земельного налога по поселениям Азовского муниципального района за 2010 г. в разрезе юридических и физических лиц

Приказом Министерства имущественных отношений Омской области утверждены показатели кадастровой стоимости земель Азовского муниципального района на 1 января 2012 г. С введением новой кадастровой оценки земельных участков кадастровая стоимость земельных участков по сравнению с предыдущими показателями увеличилась на 6 % по земельным участкам, предназначенным для размещения

домов индивидуальной жилой застройки, на 8 % по земельным участкам, находящимся в составе дачных, садоводческих и огороднических объединений, и более чем в 7 раз по земельным участкам, предназначенным для размещения объектов рекреационного и лечебно-оздоровительного назначения. По другим видам разрешенного использования земельных участков кадастровая стоимость значительно

снизилась, причем процент снижения варьирует в диапазоне от 37 до 87 [2; 3].

Одной из важнейших стратегических целей государственной политики в области создания условий устойчивого экономического развития является вовлечение в экономический оборот земельных ресурсов при одновременном повышении эффективности их использования. Основными причинами, препятствующими осуществлению указанной цели, стали нерешенные проблемы в области реформирования земельных отношений и налогообложения земли.

В целях снижения потерь бюджетов муниципальных образований на уровне поселений созданы межведомственные комиссии по рассмотрению земельных споров в досудебном порядке, состав которых будет формироваться из представителей органов, осуществляющих кадастровую оценку земли, органов муниципального образования и независимых экспертов. Данная мера позволила предотвратить неплатежи земельного налога в бюджет при переходе и дальнейшем использовании результатов кадастровой оценки земли.

Следует отметить отсутствие в гл. 31 «Земельный налог» НК РФ рычагов, которые могли бы заинтересовать землепользователей в наиболее рациональном и эффективном использовании земли. В результате, чем больше землепользователь улучшает используемые им земли, тем выше их кадастровая стоимость, а значит, и взимаемый налог. Таким образом, отсутствует экономическая заинтересованность в улучшении качества используемых земель, в частности сельскохозяйственных угодий.

В этой связи гл. 31 «Земельный налог» НК РФ целесообразно дополнить статьей о введении поправочных коэффициентов к налоговой ставке для земель, кадастровая оценка которых изменяется в зависимости от изменения качественных показателей земли. Например, при увеличении кадастровой стоимости земли за счет улучшения плодородия почв предусмотреть понижающий коэффициент к налоговой ставке, а при уменьшении кадастровой стоимости за счет снижения плодородия почв – предусмотреть повышающий коэффициент к налоговой ставке. Данная мера позволит осуществлять эффективное землепользование, улучшая качественные характеристики используемого земельного участка за счет средств землепользователя.

Налогообложение земельных участков, занятых под объектами недвижимости, особенно под многоквартирными домами, является также немаловажной проблемой.

Например, земельный участок общей площадью 10 000 м², предоставлен ОАО «Ромашка» для строительства многоквартирного дома. В течение полугода организация построила многоэтажный жилой дом. В нем 40 однокомнатных квартир площадью 40 м²; 30 двухкомнатных квартир площадью 70 м²; 20 трехкомнатных квартир площадью 100 м². Все квартиры приобретены гражданами в собственность. На первом этаже дома расположен подземный кооперативный гараж общей площадью 600 м², в котором 30 боксов по 20 м² каждый, принадлежащих физическим лицам. Кадастровая стоимость земельного участка, на котором расположен дом, – 26 000 000 руб. На территории Азовского сельского поселения установлены ставки земельного налога: 0,3 % – для земельных участков, занятых жилищным фондом; 1,5 % – для земельных участков под гаражи.

Общая площадь дома = $40 \cdot 40 + 70 \cdot 30 + 100 \cdot 20 + 600 = 6300 \text{ м}^2$.

Земельный налог с владельца 1-комнатной квартиры = $(26\,000\,000 \cdot 0,3\% \cdot 1600/6300)/40 = 495 \text{ руб.}$;

Земельный налог с владельца 2-комнатной квартиры = $(26\,000\,000 \cdot 0,3\% \cdot 2100/6300)/30 = 867 \text{ руб.}$;

Земельный налог с владельца 3-комнатной квартиры = $(26\,000\,000 \cdot 0,3\% \cdot 2000/6300)/20 = 1238 \text{ руб.}$

Земельный налог с владельца гаража = $(26\,000\,000 \cdot 1,5\% \cdot 600/6300)/30 = 1238 \text{ руб.}$

Таким образом, земельный налог для владельцев однокомнатной квартиры составляет 495 руб., двухкомнатной – 867 руб., трехкомнатной – 1238 руб. и гаража – 1238 руб.

Ситуация усугубляется, если объекты недвижимости расположены на земельных участках, в отношении которых не проводились межевание и кадастровый учет. Соответственно, у налогоплательщиков отсутствуют правоустанавливающие документы на землю. Возникает вопрос о правомерности уплаты земельного налога.

Организация розничной торговли приобрела 18 мая 2011 г. и 6 июня 2011 г. два нежилых помещения, оборудованных под магазины в многоквартирных жилых домах, права собственности на которые зарегистрированы в установленном порядке. Кадастровая стоимость земельного участка, на котором расположен первый приобретенный объект, не определена. Кадастровая стоимость земельного участка, на котором расположен второй приобретенный объект, по состоянию на 1 января 2011 г. составляла 12 000 000 руб. Доля в праве общей

собственности на земельный участок, принадлежащая организации, – 1/142. Площадь обоих магазинов по 80 м², площадь домов по 7 000 м².

Относительно первого земельного участка расчет земельного налога не представляется возможным произвести, так как в отношении него не проведен кадастровый учет. Такие участки передаются в общую долевую собственность собственникам помещений в многоквартирном доме после проведения государственного кадастрового учета.

Земельный налог с владельца 2 магазина = $12\,000\,000 \cdot 80/7\,000 \cdot 7/12 \cdot 1,5\% = 1200$ руб.

Таким образом, в данном случае организация является плательщиком земельного налога только по земельному участку, приобретенному 6 июня 2011 г., в отношении которого кадастровый учет был проведен и земельный участок был сформирован. Другой земельный участок должен включаться в состав объектов обложения земельным налогом с момента присвоения ему кадастрового номера.

В результате развития налогового законодательства предлагается объединить земельный налог и налог на имущество физических лиц в один – налог на недвижимость.

Главная проблема введения этого налога связана с тем, что объект и налоговая база связаны с формированием кадастра объектов недвижимости и с разработкой методов кадастровой оценки объектов. На сегодняшний день в Омской области проводится оцифровка архивов центров технической инвентаризации, которые являются основой для внесения данных в кадастр объектов недвижимости.

Подводя итог, следует отметить, что преимуществом земельного налога в качестве ис-

точника поступлений в бюджеты поселений Азовского муниципального района является относительная стабильность налоговой базы, позволяющая прогнозировать доходы местных бюджетов на достаточно длительные промежутки времени. Недостаток заключается в низкой эластичности по отношению к изменениям текущей стоимости земли, что заставляет производить достаточно трудоемкую периодическую переоценку налоговой базы в целях приведения ее в соответствие с текущей рыночной стоимостью.

Несмотря на возникающие трудности, земельный налог остается основой формирования местных бюджетов практически всех поселений Азовского муниципального района.

1. Официальный сайт Азовского немецкого национального муниципального района Омской области. – URL : <http://azov.omskportal.ru/ru/municipal/localAuthList/3-52-201-1/officialsite/budget1/2012r/> отчет об исполнении бюджета Азовского ННМР Омской области за 1 квартал 2012 г. (последнее обращение 14.05.2012)

2. Приказ Министерства имущественных отношений Омской области от 26 сентября 2011 г. № 36-п «Об утверждении результатов государственной кадастровой оценки земель населенных пунктов Омской области» // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

3. Приказ Министерства имущественных отношений Омской области от 18 ноября 2010 г. № 46п «Об утверждении результатов государственной кадастровой оценки земель населенных пунктов Омской области» // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

**РОЛЬ САМОРЕГУЛИРУЕМЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИИ**

**SELF-REGULATORY ORGANIZATIONS:
ROLE IN SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF TERRITORIES**

В.Н. Елкина

V.N. Elkina

Омская академия МВД России

Рассматриваются наиболее распространенные формы саморегулируемых организаций и их значение в социально-экономическом развитии территории, подвергнута анализу институциональная основа саморегулируемых организаций, указывается правовая основа формирования и развития саморегулируемых организаций. Выявляются целые цепочки проблем, которые долгие годы оставались нерешёнными в России. С целью борьбы с этими проблемами рекомендуется ряд мероприятий.

The article considers the most widespread forms of the self-regulatory organizations and their value in social and economic development of territories. The authors analyze SRO basis, underline the legal aspects of self-regulatory organizations formation and development, show the whole chains of problems which came to light after being unresolved for many years in Russia. With the purpose of struggle against these problems the authors suggest a number of actions.

Ключевые слова: саморегулируемые организации; социально-экономическое развитие; «коммерческие» саморегулируемые организации; институт саморегулирования; государственное регулирование; регуляторы саморегулируемых организаций; объединения саморегулируемых организаций; некоммерческие партнёрства; кредитная кооперация; компенсационные фонды.

Key words: the self-regulatory organizations; social and economic development; «commercial» self-adjustable organizations; institute of self-regulation; state regulation; regulators of self-regulatory organizations; associations of self-regulatory organizations; noncommercial partnership; credit cooperation; compensation fund.

Появление саморегулируемых организаций (СРО) стало большим рывком вперед по ограничению границ вмешательства государства в социально-экономическую жизнь общества, но одновременно наблюдается неопределённое топтание на месте. Понятие и стоящий за ним институт отраслевого саморегулирования относятся к разряду достаточно новых категорий и в экономической теории и в практике. В России наибольшую известность получили так называемые СРО, в которых консолидация их членов осуществляется согласно традиционному для отечественного менталитета принципу добровольной обязательности.

Основная цель создания СРО заключается в дебюрократизации российской экономики и формировании новых гражданско-правовых институтов, направленных на укрепление практики ответственного ведения хозяйствен-

ной деятельности и тем самым способствующих наилучшему социально-экономическому развитию территории.

Саморегулирование профессиональной и предпринимательской деятельности – наиболее эффективный механизм работы рынка, позаимствованный из зарубежной практики. Внедрение этого метода координации между различными структурами Российской Федерации связано с частичной отменой лицензирования и переходом на качественно новый этап в системе взаимодействия государства и общества.

Уже несколько лет как на законодательном уровне в России введен институт саморегулирования. На сегодняшний день существует более 700 СРО. Саморегулирование не стало чем-то совершенно новым для России. Уже не одно столетие институт саморегулирования успешно функционирует в странах Западной Ев-

ропы и США. Формировался он самостоятельно без вмешательства государства. В СРО там объединяются профессионалы и предприниматели определённой профессии, каждый из них несёт ответственность за качество выполненной им работы.

Однако принципиальная особенность становления саморегулирования в России заключается в том, что возникновение саморегулирования в развитых странах шло при отсутствии регулирования со стороны государства, а в России государственным регулированием охвачены практически все области и задача саморегулирования – заместить часть функций государства.

Саморегулирование не замещает государственное регулирование, поскольку это две самостоятельные области регулирования, различающиеся как по набору инструментов и функциям, так и по своим задачам. Если саморегулирование, как правило, исключает методы административно-правового принудительного воздействия, то государственное регулирование, напротив, предполагает их. Если задачей государственного регулятора является обеспечение устойчивости и надёжности всего сектора кредитных кооперативов, то саморегулирование решает эту задачу только в отношении своих членов и отличными от мер государственного воздействия способами. В функции СРО входит оказание дополнительных и вспомогательных услуг, в то время как регулятор не должен предоставлять какие бы то ни было услуги.

Предпосылками к законопроекту о СРО стали целые цепочки проблем, которые долгие годы оставались нерешёнными в России. Безусловно, основными препятствиями для развития предпринимательства были и остаются бюрократические проволочки, коррупция и тотальное доминирование аппарата чиновников, имеющих право бесконечно проверять практически любую организацию, препятствуя тем самым её нормальному функционированию. Тем не менее жёсткий контроль со стороны государства так и не стал полноценным инструментом максимально эффективного пресечения деятельности недобросовестных организаций, не всегда честно и ответственно выполняющих свою работу. Один из характерных примеров последних лет – неспособность предотвращения появления сотен обманутых участников долевого строительства, все обязательств перед которыми в некоторых регионах в конечном итоге было вынуждено принять на себя государство.

Наряду с сомнениями о своевременности принятия законов о СРО отдельно встала проблема готовности к этому общества. В связи с целым рядом неоднозначных событий и ситуаций в стране предприниматели зачастую стоят в бизнесе на коротких позициях, достаточно редко планируя что-либо больше чем на несколько лет. Непредсказуемость российских реалий – сильный тормоз всех благих начинаний и проектов.

Согласно закону РФ № 315 ФЗ «О саморегулируемых организациях» СРО признается некоммерческая организация, созданная в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом от 12 января 1996 г. № 7 ФЗ «О некоммерческих организациях», при условии ее соответствия определенным требованиям:

- объединение предпринимателей и юридических лиц, работающих в одной отрасли, либо физических лиц, занимающихся одним видом профессиональной деятельности;
- наличие стандартов и правил предпринимательской или профессиональной деятельности, обязательных для выполнения всеми членами организации;
- обеспечение имущественной ответственности членов организации перед потребителями произведенных товаров, работ или услуг и иными лицами [1].

Некоммерческие партнёрства, которым присваивается статус СРО и сведения о котором заносятся в Государственный реестр Ростехнадзора, приобретают целый ряд преимуществ по сравнению с компанией, фирмой, предприятием, работающим по лицензии, как это было до введения саморегулирования. Они разрабатывают стандарты и правила внутренней деятельности партнёрства, участвуют в разработке государственной нормативно-технической документации, в обсуждении отраслевых законов федерального уровня, защищают и представляют интересы компаний, вошедших в их состав, на всех уровнях власти.

Коллективная ответственность, на которой зиждется саморегулирование, позволяет им решать свои проблемы не в одиночку, но в то же время обязывает нести ответственность за всех коллег по СРО, что способствует строгому отношению к вопросу приёма тех или иных компаний в члены партнёрства. Регулярно отвечать за чьи-то просчёты никому не хочется, тем более материально. Выплаты третьим лицам производятся из средств общего компенсационного фонда, а его необходимо пополнять. Посредством интернет-ресурсов обеспе-

чивается открытость деятельности всех СРО. Любой заказчик может получить на сайте партнёрства исчерпывающую информацию о компании, с которой намерен заключить договор. Страхование гражданской ответственности членов СРО обеспечивает им дополнительные га-

рантии материальной помощи при наступлении страхового случая.

Основными участниками отраслевого саморегулирования являются регуляторы СРО, объединения СРО, общественные движения СРО, третейские суды СРО, их характеристика указаны в таблице 1.

Таблица 1

Участники отраслевого саморегулирования

Участники	Состав	Цель
Регуляторы СРО	Органы исполнительной власти	1. В соответствии с законодательством РФ и Постановлением Правительства РФ обязаны осуществлять контроль и надзор за соблюдением законодательства РФ СРО и их объединениями в определенной сфере предпринимательской или профессиональной деятельности. 2. Обязаны вести государственный реестр СРО, осуществлять их проверки
Объединения СРО	Некоммерческие организации	Для объединения СРО определенной сферы с целью выработки общих стандартов и правил, осуществления надзора и контроля за членами объединения
Общественные движения СРО	Неформальные и формальные объединения	Создаются с целью непризнания саморегулирования как эффективного института регулирования профессиональной и предпринимательской деятельности либо поддержки саморегулирования и изменения данного института в лучшую сторону
Третейские суды СРО	Судебные органы	Создаются при СРО и призваны решать экономические споры, возникающие в процесс гражданских правоотношений между участниками СРО, заказчиками их услуг другими лицами

Ключевые функции, которые обязаны взять на себя СРО, – это разработка стандартов и правил ведения деятельности, контроль над членами СРО за соблюдением этих правил, обеспечение механизма имущественной ответственности СРО, разработка и внедрение механизмов работы с жалобами и спорами.

Саморегулирование осуществляется на условиях вступления субъектов в специализированные организации – негосударственные некоммерческие партнёрства, объединяющие на добровольной основе субъекты предпринимательской деятельности по признаку единства отрасли, рынка производимых товаров (работ, услуг) или одного вида деятельности. Основные виды СРО и их характеристика представлены в таблице 2.

Очевидно, что СРО, использующие свои экспертные возможности и обратную связь с рынком для защиты интересов и производителей, и потребителей товаров и услуг, должны быть более эффективными по сравнению с государственным регулированием.

Более подробно остановимся на характеристике СРО кредитных кооперативов. В 2006 г. в Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации» были внесены изменения, в результате которых перед кооперативным со-

обществом предстал новый институт СРО. В конце 2007 г. Государственной Думой принят специальный закон «О саморегулируемых организациях», положения которого механически вводятся в законопроект «О кредитной кооперации». Поскольку нормы последнего распространяются на все кредитные кооперативы, независимо от их видов, локальные нормы в отношении СРО трансформируются в общие. Понятно, что в кооперативной среде многих это «задело за живое» и не только потому, что эти организации придется содержать кредитным кооперативам за счет их далеко не избыточных денежных средств, отвлекая ресурсы из хозяйственного оборота и сокращая выдачу займов своим членам. Главное, что органически не принимается кооперативным сектором – принудительное насаждение института СРО «сверху» с приданием им отчасти административных бюрократических функций. Очевидно, что именно такой подход находится в противоречии с принципами и духом кооперативной демократии.

В кредитной кооперации, в отличие от всех других видов организации, саморегулирование образует область отношений, производных от базовых кооперативных принципов: финансовой взаимопомощи членам, самоуправления,

взаимной субсидиарной ответственности членов по обязательствам организации. В этом смысле как первичный кредитный кооператив, так и вся система кредитной кооперации являются СРО. В то же время отдельные области от-

ношений саморегулирования, требующие известной централизации, могут быть выделены в самостоятельную область с приданием ей необходимой организации. Решения об этом принимаются самими кредитными кооперативами.

Таблица 2

Основные виды саморегулируемых организаций и их характеристика

<i>Вид</i>	<i>Характеристика</i>
СРО в строительстве (СРОС)	Некоммерческая организация, сведения о которой внесены в государственный реестр СРО и которая основана на членстве индивидуальных предпринимателей и (или) юридических лиц, осуществляющих строительство, реконструкцию, капитальный ремонт объектов капитального строительства
СРО в проектировании	Некоммерческая организация, сведения о которой внесены в государственный реестр СРО и которая основана на членстве индивидуальных предпринимателей и (или) юридических лиц, осуществляющих архитектурно-строительное проектирование
СРО изыскателей	Некоммерческая организация, сведения о которой внесены в государственный реестр СРО и которая основана на членстве индивидуальных предпринимателей и (или) юридических лиц, выполняющих инженерные изыскания
СРО в области пожарной безопасности	Некоммерческая организация, объединяющая субъекты предпринимательской деятельности (юридические лица и индивидуальных предпринимателей), осуществляющих монтаж, техническое обслуживание и ремонт систем противопожарной защиты
СРО в области энергетического обследования	Некоммерческая организация, сведения о которой внесены уполномоченным органом исполнительной власти в государственный реестр СРО и которая основана на членстве индивидуальных предпринимателей и (или) юридических лиц, в том числе иностранных организаций, осуществляющих энергетическое обследование
СРО актуариев	Некоммерческая организация, внесенная в государственный реестр СРО актуариев, объединяющая в своем составе индивидуальных предпринимателей, физических и юридических лиц, осуществляющих актуарную деятельность с целью выработки общих стандартов и правил деятельности, контроля и надзора за членами СРО, защиты интересов членов СРО
СРО кредитных кооперативов	Некоммерческое объединение, которое создается в целях регулирования и контроля за деятельностью членов СРО – кредитных кооперативов, а также в целях представления и защиты интересов членов СРО кредитных кооперативов, выработки общих правил и стандартов профессиональной деятельности. СРО кредитных кооперативов относится к обязательным саморегулируемым организациям

В отличие от других организационных форм ведения деятельности, в кредитной кооперации благодаря саморегулированию решаются задачи системного характера по поддержанию развития кредитных кооперативов, их финансовой устойчивости и надежности.

Как бурно развивающиеся СРО отражаются на социально-экономическом развитии территории, и как в новой ситуации проявляет себя государство? Теперь оно выдаёт допуски после внутренних проверок СРО и занимает надзорно-разъяснительную позицию. Некоммерческие партнерства, достигающие определённого размера для создания СРО, могут образовывать Национальные объединения, первые лица которых наравне со специалистами Ростехнадзора входят в Координационный совет. Таким образом, несмотря на определенную

свободу выбора в СРО, российские властные органы, оптимизировав свой управленческий аппарат, держат под контролем всю соответствующую хозяйственную деятельность.

Итак, на отечественном рынке появился новый участник – СРО, которые аккумулировали в компенсационных фондах (КФ) весьма внушительные финансовые средства. А там, где вращаются не просто деньги, а большие деньги, следует ожидать появления дельцов теневой экономики. Очень часто эту роль берут на себя ловкие «управленцы» из так называемых «коммерческих» СРО, состоящих из компаний, не соблюдающих строгие параметры закона или изгнанных из других СРО за какие-либо нарушения. Сбор взносов они превратили в выгодный бизнес: в своих интересах управляют имеющимися финансовыми потоками

ми, придумывают разнообразные коррупционные схемы и механизмы для обналаживания и увода денежных средств. При этом ценообразование членских и вступительных взносов законодательством обозначено весьма условно, что способствует различным махинациям: одни СРО берут большие деньги за свою величину, значимость и престиж, другие сокращают эти суммы до минимума и зарабатывают на количестве вовлечённых участников. К сожалению, нынешняя законодательная база по СРО несовершенна, имеет много дыр, которыми пользуются пронирливые дельцы, нанося огромный вред имиджу СРО.

К примеру, поскольку КФ разрешили инвестировать только в банковские депозиты, современные комбинаторы стали приобретать мелкие, проблемные банки с низкой капитализацией и там, на депозитах (получается все по закону), держать КФ. Доходность от этих сделок получал узкий круг лиц, а появившиеся дополнительные риски, естественно, полностью несли СРО. Информация о нахождении КФ не озвучивалась, превращалась в коммерческую тайну, проще говоря, скрывалась.

При вступлении в СРО некоторые руководители некоммерческих партнерств настойчиво рекомендуют новичкам платить страховые взносы в подконтрольные кредитные и страховые структуры. Причем СРО страховых выплат практически не производят, как-то не находится для этого оснований, хотя взносы собираются стабильно. В итоге страховые накопления используются по усмотрению руководства.

Для представителей бизнеса, безусловно, предпочтительнее ситуация, когда они сами, без прямого вмешательства государства, устанавливают «правила игры», определяют санкции за их нарушение и создают механизмы разрешения конфликтов. Для этого и создаются СРО. Потенциальные преимущества их создания очевидны. Во-первых, нормы саморегулирования, как правило, гибче тех, которые устанавливает государство, они легче адаптируются к изменяющимся обстоятельствам, позволяют быстро заполнить пробелы в законодательстве. Во-вторых, участникам рынка проще воздействовать на СРО, чем на государственные органы. В-третьих, разрешение конфликтов при участии СРО обычно обходится сторонам дешевле и занимает меньше времени, чем судебное разбирательство. Ведь в данном случае процедуры разрешения споров лучше адаптированы к условиям конкретной сферы бизнеса и особенностям взаимодействия между участниками рынка, чем общегражданский суд, а

санкции, применяемые СРО, вызывают меньше отторжения, чем исходящие от государства. Само же государство, передав часть своих функций органам саморегулирования, экономит бюджетные средства.

Наконец, создание СРО усиливает прозрачность бизнеса, позитивно сказывается на отношении к нему общества. Однако надо помнить, что в России реформы, как правило, проводятся «сверху», и многие участники рынка задумались о саморегулировании лишь после того, как государство сделало невозможным продолжение деятельности в ряде отраслей без вступления в СРО.

Все больше предпринимателей добровольно объединяются в профессиональные СРО. На конец марта в государственный реестр включена информация о 245 СРО в различных сферах деятельности. Такие данные содержит мониторинг развития СРО, подготовленный Национальным институтом системных исследований проблем предпринимательства. Как отмечается в документе, в настоящее время наблюдается значительное увеличение (рост более 35 %) количества СРО, создание которых не предусмотрено федеральным законодательством [2].

Как и всё новое, СРО не всеми были восприняты однозначно. Время перехода на саморегулирование было выбрано не самое удачное – разгар мирового финансового и экономического кризиса. Отраслевое законодательство претерпело массу корректив за последнее время, отсюда и проблемы у активных участников рынка. Непомерный взнос в компенсационный фонд затормозил на первых порах вступление в партнёрства представителей малых и средних форм бизнеса. Возникла угроза монополизации рынка.

Контрольная и надзорная функции, которые оставило за собой государство, основываются на проверках исполнения СРО законодательных требований. Сами же партнёрства следят за соблюдением каждым из своих членов технических регламентов, ОСТов, СНИПОВ. Качественная работа любого структурного подразделения зависит от совершенной нормативно-технической документации, которой оно (подразделение) обязано руководствоваться.

Прошедший 2011 г. показал сохраняющийся переходный характер российского саморегулирования. Механизм саморегулирования начинает работать, но не в запланированной изначально модели. Принципиальная особенность российского саморегулирования заключается в том, что оно возникает в услови-

ях серьезного государственного вмешательства и администрирования.

Во многих сферах пока не достигнуто конструктивного баланса саморегулирования и регулирования со стороны государства. Провозгласив саморегулирование в качестве инструмента развития профессионального сообщества, государство не всегда готово учитывать интересы профессиональных сообществ и слышать их мнение. Органы исполнительной власти, к которым СРО приходится обращаться с различного рода предложениями, вопросами и проблемами, а иногда и требованиями, одновременно являются надзорно-контрольными органами. Таким образом, конфликт интересов заложен уже непосредственно самой законодательной конструкцией.

Среди регионов-лидеров в области развития саморегулирования находятся Москва, Санкт-Петербург и Московская область, а также Свердловская, Самарская, Ярославская, Ростовская, Тюменская, Волгоградская области, Краснодарский край. Места в конце списка занимают Республика Ингушетия, Республика Тыва, Еврейская автономная область.

При функционировании СРО есть ряд общих проблем, требующих уточнения на законодательном уровне: недоработанность вопросов формирования и использования компенсационных фондов, страхования ответственности; отсутствие четких процедур рассмотрения жалоб третьих лиц, пострадавших от деятельности членов СРО; отсутствие механизмов координации действий СРО одной и той же отрасли на национальном уровне; необходимость передачи функции по контролю над деятельностью СРО органам, отличным от федеральных органов исполнительной власти, вырабатывающих политику и осуществляющих нормативно-правовое регулирование соответствующих отраслей.

Сегодня сохраняется тенденция коммерциализации саморегулирования, выражающаяся в создании и функционировании «коммерческих» и «ведомственных» СРО. С целью борьбы с этой проблемой необходимо осуществить следующие мероприятия:

- обеспечить мониторинг деятельности всех СРО;
- использовать в качестве регулирующей и мотивационной меры опубликование нарушений со стороны СРО в СМИ и, в случае устранения этих нарушений, обращение в контролирующие органы;
- стимулировать добросовестное выполнение СРО своих обязанностей и осуществле-

ние эффективного контроля, в частности, путем создания рейтингов СРО и их опубликования в открытых источниках.

Перспективы развития саморегулирования находятся в русле решения двух фундаментальных задач. Во-первых, необходимо, чтобы сами участники рынка осознали потребность в эффективно работающей структуре саморегулирования, способствующей цивилизованному развитию, выявлению недобросовестных участников рынка, разумному решению спорных вопросов. Во-вторых, государство должно обеспечить реальные возможности для СРО стать полноправными партнерами.

Институциональные задачи необходимо решать при создании наиболее работоспособных стимулов (например, с помощью социально-экономических мотиваций к участию в СРО агентов экономической деятельности) [3]. Основными из них являются:

- защита интересов членов СРО в «диалоге» с государством и с иными «третьими лицами» (организованный лоббизм);
- поддержание прямого контакта с союзами потребителей – партнерами и внешними контролерами СРО;
- добровольный обмен опытом и «односторонние» наблюдения за поисками новых технологий коллегами-конкурентами, входящими в СРО;
- образовательно-тренинговые мероприятия по линии СРО;
- возможность организованно участвовать в законодательном процессе.

К сожалению, есть ощущение, что во многих сферах пока не достигнут «здоровый баланс» саморегулирования и регулирования со стороны государства. Провозгласив саморегулирование в качестве инструмента развития профессионального сообщества, государство не всегда готово учитывать интересы представителей профессий и даже просто слушать и слышать мнение этих самых представителей.

Подводя итог, необходимо отметить, что, несмотря на небольшой срок действия новой системы и все сложности периода ее становления, уже сейчас понятно, что за саморегулированием в России – будущее. По-настоящему сильным саморегулирование будет, если, во-первых, сами участники рынка осознают потребность в эффективно работающей структуре регулирования, способствующей цивилизованному развитию, выявлению недобросовестных участников рынка, борьбе с демпингом и разумному решению спорных вопросов; во-вторых, государство признает и «позволит»

СРО стать реальными и полноправными партнерами, играющими немаловажную роль в социально-экономическом развитии территории. В результате позитивный эффект должен почувствовать конечный потребитель – житель России, за счет обеспечения качества и безопасности продукции и услуг, гарантированной компенсации за причинение вреда от недобросовестных участников рынка.

1. Федеральный закон Российской Федерации от 1 декабря 2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» (с изм. от 22, 23

июля 2008 г., 28 апреля, 7 декабря 2009 г., 27 июля 2010 г., 1 июля, 21 ноября, 3 декабря 2011 г.) // Справочно-правовая система «Гарант». – URL : <http://www.base.garant.ru> (дата обращения: март 2012).

2. Официальный сайт Национального института системных исследований проблем предпринимательства (НИСИПП). – URL: <http://www.nisse.ru> (дата обращения: март 2012).

3. *Осипенко О.* Проблемы отраслевого саморегулирования в российской экономике // Вопросы экономики. – 2005. – № 2. – С. 69–82.

АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

THE ANALYSIS OF INDICATORS AND EVALUATION METHODS OF FOREIGN TRADE ACTIVITIES IN THE REGION

С.И. Ультан

S.I. Ultan

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Раскрываются возможности экономического роста региона, через основные факторы с выходом на их общую характеристику. Проанализированы основные методы оценки эффективности экономики региона, которые включают как расчет системы показателей, так и регрессионный анализ.

The article reveals the possibility of economic growth in the region through the main factors with exit to their common characteristics. Author analyzes the main methods for evaluating the effectiveness of the region's economy, which include the calculation of indicators system and regression analysis

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность региона, внешнеэкономические связи региона, валовой региональный продукт, экономическое развитие, экономический рост.

Key words: foreign economic activities in the region, foreign economic relations, the region's gross product, economic development, economic growth.

В современных условиях интернационализации и глобализации экономики активное втягивание национальной экономики во внешнеэкономические связи способствует её качественному преобразованию. Под давлением иностранной конкуренции в ней происходит структурная перестройка: свертываются нежизнеспособные или приходящие в упадок производства, развиваются новые передовые отрасли. Одновременно осуществляется техническая модернизация действующих мощностей, внедряются новые формы организации хозяйственной деятельности, совершенствуются методы управления. Экономическое взаимодействие с другими странами заставляет снижать издержки, повышать производительность труда, поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности. Внешняя торговля, промышленно-инвестиционное и кредитное сотрудничество с зарубежными странами дают, таким образом, мощный дополнительный импульс развитию национальной экономики. За последние двадцать лет, как отмечает В.П. Оболенский, одна только внешняя торговля обеспечила почти четверть прироста мирового ВВП.

Внешнеэкономическая деятельность играет важную роль в экономическом развитии не только национальных государств, но и регионов. Обратимся к понятию экономического раз-

вития. Любое развитие – это процесс направленного закономерного изменения объектов, в результате которого возникает их новое качественное состояние. Под экономическим развитием понимается структурная перестройка экономики, которая, в свою очередь, предполагает изменение состава и отраслей экономики. Это изменение определяется необходимостью технологического обновления производства и его приспособления к изменяющимся внутренним и внешним условиям. В частности, необходимы следующие изменения: реорганизация производства, в том числе путем ликвидации неэффективных звеньев, разделения и слияния предприятий; замена физически и морально устаревших основных фондов; внедрение технических нововведений; выпуск новой продукции.

Тесно взаимосвязан с экономическим развитием и экономический рост. Самым общим образом его можно определить как увеличение благосостояния общества и народного хозяйства. Фактически же экономический рост является, в отличие от экономического развития в целом, материальным процессом, и его содержание может быть достаточно точно выражено численно. На практике используют обычно два показателя экономического роста: на государственном уровне – валовой национальный

продукт (ВНП), на региональном уровне – валовой региональный продукт (ВРП). Под экономическим ростом понимают ежегодный прирост этих показателей. Следует различать реальный и номинальный рост. В первом случае прирост измеряется в сопоставимых ценах базисного года, во втором – в текущих ценах. Для более полной и объективной оценки экономического роста используется также прирост ВНП (ВРП) в расчете на душу населения. В этом случае учитывается демографический фактор, который, особенно в условиях экономически от-

сталых государств и регионов, может оказывать ощутимое влияние на процесс развития: если темп прироста численности населения превышает темпы прироста ВНП (ВРП), то значения этих показателей в расчете на душу населения могут существенно сокращаться. Такой рост ВНП (ВРП) называют экстенсивным [1, с. 30], а под интенсивным ростом понимается прирост ВНП (ВРП) на душу населения. Общая характеристика и расчет ВРП и других показателей экономического развития регионов представлен в таблице 1.

Таблица 1

Показатели оценки экономического развития региона

Показатель	Характеристика	Формулы расчета
ВРП	Обобщающий показатель экономической деятельности региона. Среди проблем измерения, оценки ВРП и его совершенствования выделим следующие: 1) ВРП не включает в себя (или включает частично) результаты видов деятельности, направленных на осуществление общенациональных задач (оборона, денежная система и т. п.). Это так называемые общесистемные расходы, которые практически невозможно разделить между регионами. В результате суммарные ВРП регионов меньше ВВП в среднем на 10–12 %. 2) Рассчитывая ВВП необходимо внимательно подходить к результатам функционирования тех предприятий, деятельность которых выходит за пределы региона	1. Производственный метод: $ВРП = ВВ - ПП,$ где $ВВ$ – валовой выпуск; $ПП$ – промежуточное потребление. 2. Распределительный метод: $ВРП = ВДС + ЧН,$ где $ВДС$ – валовая добавленная стоимость; $ЧН$ – чистые налоги
ВРП на душу населения	Выражает исчисленную в рыночных ценах совокупную стоимость конечного продукта (продукции, товаров, услуг), созданного в течение года с использованием факторов производства и приходящегося на одного жителя. Это обобщенный показатель экономической деятельности региона. Положительная динамика индикатора характеризует устойчивое развитие экономики региона	$\frac{ВРП \text{ на душу населения}}{=} = \frac{ВРП}{\text{численность населения}}$
Энергоемкость ВРП	Отражает объем потребленных ресурсов: природного топлива и продуктов переработки, пересчитанных в условное топливо по определенным коэффициентам, на 1 тыс. руб. ВРП. Энергоемкость ВРП является основополагающим показателем в системе стоимости товаров и услуг, характеризует утяжеленность структуры экономики (высокая доля добывающих отраслей и тяжелого машиностроения) и наличие отсталых энергорасточительных технологий. В динамике показывает сокращение потребления ресурсов природного топлива и продуктов переработки в первую очередь за счет энергосберегающих технологий. Снижение энергоемкости говорит об устойчивом развитии региона	$\alpha = \frac{E_0}{Y_0},$ где E_0 – стоимость потребленных энергоресурсов в ценах базового периода; Y_0 – объем фактически полученного валового регионального продукта в ценах базового периода
Индекс физического объема основных фондов	Показывает изменение стоимости основных фондов в динамике, не связанное с изменением цен на них. Это главные элементы материальной формы национального богатства страны (региона). Данный показатель важен для комплексного анализа наличия, динамики и использования основных фондов за определенный период времени. Положительная динамика индекса характеризует предпосылки к устойчивому экономическому развитию региона	$I_{t,t+1}^k = \frac{K_{t+1}}{K_t},$ где K_t – стоимость основных фондов на конец года t в сопоставимых ценах; K_{t+1} – стоимость основных фондов на конец года $t + 1$ в сопоставимых ценах
Объем инвестиций в основной капитал	Показывает объем вложенных средств в объекты основного капитала для создания нового дохода в будущем путем использования в производстве, приведенный к объему ВРП. Это обобщающий показатель инвестиционной деятельности региона. Характеризует валовое накопление капитала, являющееся элементом конечного использования ВРП. Положительная динамика индикатора говорит об устойчивом развитии региона	$I_{t,t+1}^i = \frac{V_{t+1}^i}{V_t^i},$ где V_t^i – инвестиции в основной капитал в текущих ценах в год t ; V_{t+1}^i – инвестиции в основной капитал в текущих ценах в год $t + 1$

Продолжение табл. 1

Показатель	Характеристика	Формулы расчета
Выпуск товаров и услуг малыми предприятиями	Отражает объемы производства малых предприятий за год, приведенный к объему ВРП. Индикатор характеризует развитие малого предпринимательства, играющего ключевую роль в обеспечении социальной ориентации экономики региона, в достижении баланса между рыночной эффективностью и решением социальных проблем. Важен для комплексной оценки развития малого предпринимательства в регионе. В динамике выявляет потенциальные возможности роста доходной части бюджета региона, доходов и занятости населения и т. д.	<i>Выпуск товаров и услуг малыми предприятиями = объем выпуска товаров и услуг малыми предприятиями / объем ВРП</i>
Доля отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной промышленной продукции	Показывает долю отгруженной промышленной продукции, имеющей инновационную направленность (внедрение новых или усовершенствование старых продуктов и технологий), в общем объеме отгруженной продукции по промышленности. Индикатор важен для комплексного анализа инновационного развития региона. Является одним из показателей, характеризующих нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта. В динамике раскрывает инновационную направленность территории в части создания условий для активного использования инноваций самого широкого спектра направлений (технологий, менеджмента, финансов и др.)	<i>Доля отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженной промышленной продукции = объем отгруженной инновационной продукции / общий объем отгруженной продукции</i>
Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП)	Содержание составляющих индикатора ИРЧП отражает базовые возможности, которыми люди должны располагать для активного участия в жизни общества: возможность здоровой и продолжительной жизни, возможность и способность иметь знания (образование) и доступ к ресурсам, необходимым для достойного уровня жизни. Индикатор рассчитывается на основе статистических данных: ВРП на душу населения, ожидаемая продолжительность жизни, уровень образования. Каждый из компонентов ИРЧП является результатом взаимосвязанных показателей социально-экономического развития и обладает собственной качественной характеристикой: – индекс валового продукта на душу населения показывает экономическую результативность деятельности людей; – индекс продолжительности жизни говорит о состоянии физического, психологического и социального здоровья населения; – индекс образования – профессиональный и культурный потенциал населения, качество трудовых ресурсов. Величина ИРЧП служит критерием разделения регионов на группы с различным уровнем человеческого развития. Вне зависимости от уровня экономического развития к регионам с высоким уровнем человеческого развития относят те, в которых ИРЧП > 0,8; к регионам со средним уровнем человеческого развития – те, в которых 0,5 < ИРЧП < 0,8; к регионам с низким уровнем человеческого развития – те, в которых ИРЧП < 0,5. Главной задачей вычисления ИРЧП является не определение его величины как таковой, а ранжирование его на основе различных регионов и сопоставление их рейтинга по ИРЧП и ВРП на душу населения. Если рейтинг по ИРЧП выше, чем по среднедушевому ВРП, это позволяет судить о большей ориентированности экономики региона на цели человеческого развития, и наоборот	$ИРЧП = \frac{1}{3} \cdot \sum_{i=1}^3 J_{X_i},$ <p>где J_{X_1} – индекс ожидаемой продолжительности жизни при рождении; J_{X_2} – индекс достигнутого уровня образования; J_{X_3} – индекс реального ВВП (ВРП) на душу населения в паритете покупательной способности (ППС).</p> $J_{X_1} = \frac{e_0 - e_{min}}{e_{max} - e_{min}},$ <p>где e_0 – ожидаемая продолжительность жизни при рождении, лет; e_{min} – минимальное значение ожидаемой продолжительности жизни при рождении, равное 25 годам; e_{max} – максимальное значение ожидаемой продолжительности жизни при рождении, равное 85 годам.</p> $J_{X_2} = \frac{2 \cdot I_{gp} + I_{obuch}}{3},$ <p>где I_{gp} – индекс грамотности взрослого населения; I_{obuch} – совокупный показатель охвата числа обучавшихся в учебных заведениях I–III уровней образования (общеобразовательного, начального, среднего, высшего профессионального).</p> $I_{gp} = \frac{Y_{gp} - Y_{gp(min)}}{Y_{gp(max)} - Y_{gp(min)}},$ <p>где Y_{gp} – фактический уровень грамотности населения, определяемый отношением числа грамотных в возрасте старше 15 лет на 1000 человек, %;</p>

Продолжение табл. 1

Показатель	Характеристика	Формулы расчета
		<p>$Y_{зр(min)}$ – минимальный уровень грамотности населения, равный 0 %;</p> <p>$Y_{зр(max)}$ – максимальный уровень грамотности населения, равный 100 %.</p> $I_{обуч} = \frac{Y_{обуч} - Y_{обуч(min)}}{Y_{обуч(max)} - Y_{обуч(min)}}$ <p>где $Y_{обуч}$ – фактическая численность обучавшихся в учебных заведениях I–III уровней образования к численности населения в возрасте от 6 до 24 лет, %;</p> <p>$Y_{обуч(min)}$ – минимальное значение численности обучавшихся в учебных заведениях I–III уровней образования к численности населения в возрасте от 6 до 24 лет, равное 0 %; $Y_{обуч(max)}$ – максимальное значение численности обучавшихся в учебных заведениях I–III уровней образования к численности населения в возрасте от 6 до 24 лет, равное 100 %</p>
Бюджетная обеспеченность	<p>Представляет фактический объем бюджетных средств, средств внебюджетных фондов, направляемых на содержание объектов социальной и производственной инфраструктуры, а также на финансирование социально-экономического развития территории, в расчете на одного жителя. Показывает уровень социальной обеспеченности населения региона.</p> <p>Важен как обобщающий показатель бюджетно-финансовой политики региона. Характеризует масштабы денежных средств, направляемых на финансовое обеспечение исполнения минимальных функций государства, местного самоуправления, государственных инвестиций</p>	$УБО_i = \frac{ИНП_i \cdot N_i \cdot a + T_i}{ИБР_i \cdot N_i \cdot a}$ <p>где $ИНП_i$ – индекс налогового потенциала для данного субъекта; $ИБР_i$ – индекс бюджетных расходов для данного субъекта; N_i – численность населения данного субъекта; a – средний по субъектам уровень налоговых доходов в расчете на душу населения, прогнозируемый на соответствующий год (руб./чел.); T_i – объем трансферта данному субъекту</p>
Уровень безработицы (общей и регистрируемой)	<p>Этот показатель является одним из основных показателей устойчивого развития, так как безработица считается одной из главных причин, обуславливающих бедность населения. Характеризует уровень социальной напряженности на рынке труда, оказывает влияние на формирование цены рабочей силы на территории.</p> <p>Уровень общей безработицы показывает долю незанятого населения в общей численности экономически активного населения и зависит от демографической ситуации (прирост трудовых ресурсов опережает рост спроса на рабочую силу), уровня развития предпринимательской среды (правовые и экономические условия, способствующие развитию самозанятости населения), состоянии финансово-хозяйственной деятельности предприятий региона (возможность наращивания объемов выпуска и сбытов продукции, работ, услуг, в том числе за счет сохранения и создания новых рабочих мест).</p> <p>Уровень регистрируемой безработицы показывает долю незанятого населения, зарегистрированного в органах службы занятости и получающего пособие по безработице, в общей численности экономически активного населения. Зависит от приоритетов проводимой государственной политики на рынке труда – активной или пассивной. При приоритетной пассивной политике повышается размер пособия по безработице, усиливается социальная защита безработных граждан, что в итоге способствует повышению уровня регистрируемой безработицы. При приоритетной активной политике повышается финансирование предприятий, направленных на создание условий занятости безработного населения</p>	<p><i>Уровень общей безработицы = численность незанятого населения / общая численность экономически активного населения.</i></p> <p><i>Уровень регистрируемой безработицы = численность незанятого населения, зарегистрированного в органах службы занятости и получающего пособие по безработице / общая численность экономически активного населения</i></p>

Окончание табл. 1

Показатель	Характеристика	Формулы расчета
Устойчивость развития	В качестве индикатора используется показатель истинных сбережений, определяющий, за счет каких видов капитала развивается регион. Отрицательное значение истинных сбережений означает истощение природного капитала, а отрицательные темпы неизбежно приведут к ухудшению благосостояния. При этом добыча невозобновимых природных ресурсов должна сопровождаться отчислением части прибыли от их продажи на инвестирование в возобновимый природный капитал и расширение природных запасов, а также переходом на новые виды невозобновимых природных ресурсов. Развитие экономики при интенсивном загрязнении окружающей среды не может быть устойчивым	$ИС = ВРП - П - А - ИПР + Об$, где $П$ – потребление (общественное и частное); $А$ – амортизация произведенных активов (потребление физического капитала или обесценивание основных фондов); $ИПР$ – истощение природных ресурсов (рента); $Об$ – расходы (государства) на образование

Источники: составлено автором на основе: Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. – М.: ГУ ВШЭ, 2001; Региональная экономика. Основной курс: учебник / под ред. В.И. Видянина, М.В. Степанова. – М.: ИНФРА-М, 2005; Основы региональной экономики: учеб. пособие / под ред. А.В. Андреева, Л.М. Борисовой, Э.В. Плучевской. – М.: КНОРУС, 2008.

Экономический рост как прирост реального объема ВВП (ВРП) сопровождается, как правило, обновлением и улучшением его качества, становится побудительной причиной структурных сдвигов, изменяющих соотношения между отдельными секторами и отраслями экономики страны и региона.

Возможности экономического роста страны и региона определяются следующими основными факторами [2, с. 21]:

- количество и качество природных ресурсов;
- количество и качество трудовых ресурсов;
- объем основного капитала;
- наличие передовых технологий.

Именно за счет этих факторов обеспечивается физический рост производства, поскольку через доступность большего количества лучших по качеству ресурсов, включая технологические возможности, возникают условия наращивания выпуска реального продукта.

Природно-ресурсный фактор играет существенную роль в развитии национальной экономики. Наличие промышленных месторождений полезных ископаемых зачастую становится фундаментом развития и роста той или иной территории. И наоборот, недостаток природных ресурсов существенно сдерживает экономический рост региона. Однако нельзя не отметить, что в мировой практике имеют место случаи, когда одни страны или регионы со слабо развитой экономикой при наличии промышленных запасов природных ресурсов не смогли воспользоваться этим благоприятным обстоятельством [2, с. 22], а другие, не располагая природно-ресурсным потенциалом, достигли впечатляющих экономических успехов.

Демографический фактор может являться существенным препятствием на пути экономического развития территории. Такие факторы, как эмиграция, безработица и неполная занятость оказывают отрицательное влияние на производительность труда. Тогда как достаточное наличие квалифицированной рабочей силы [3, с. 13] неизменно ведет к росту валового продукта.

Важнейшим фактором экономического роста является *накопление капитала*. Экономически не развитые территории испытывают острый дефицит инвестиционных товаров: производственных сооружений, машин и оборудования, объектов производственной и социальной инфраструктуры и т. д. Наращивание фондовооруженности способствует повышению производительности труда и соответствующему росту ВВП (ВРП). Теоретически процесс накопления и привлечения капитала в реальный сектор экономики за счет собственных резервов региона обеспечивается за счет увеличения объема сбережений населения и инвестиций. То есть населению региона необходимо откладывать сбережения (отказываться от потребления), чтобы высвободить ресурсы и направить их в виде инвестиций на производство инвестиционных товаров. Однако намного большее влияние на рост ВВП (ВРП) оказывают внешние инвестиции, которые, по мнению Д. Куприянова зависят в первую очередь от инвестиционной привлекательности региона, благоприятного инвестиционного климата, который включает политическую стабильность, хороший уровень развития инфраструктуры и другие факторы.

Технический прогресс – четвертый базовый компонент роста – многие экономисты

считают самым важным. В своей простейшей форме он означает появление новых, более эффективных способов производства товаров. Существует три основных разновидности технического прогресса: нейтральный, трудосберегающий и капиталосберегающий. Нейтральный технический прогресс имеет место, когда рост производства достигается при тех же объеме и структуре затрат факторов. Примером этого может служить такая простейшая инновация в производстве, как разделение труда (оно увеличивает производительность и возможности потребления, почти не требуя каких-то дополнительных затрат). В отличие от нейтрального капитало- и трудосберегающий технический прогресс позволит увеличить производство при неизменных затратах какого-то одного фактора – капитала либо труда. Компьютеры, автоматические ткацкие станки, электродрели, тракторы, механические плуги – все эти и многие другие виды современных машин можно назвать трудосберегающими формами технического прогресса. Капиталосберегающий технический прогресс – менее распространенное явление. Но это лишь потому, что почти все научные исследования ведутся в развитых странах, где задача экономии труда стоит на первом месте. Наиболее эффективны здесь (с точки зрения издержек) [3, с. 14] различные трудоемкие методы производства.

Рассмотрим базовые теоретические представления, лежащие в основе тенденций экономического развития регионов.

Первое из них – теория пространственных преимуществ, или теория размещения. Согласно этой теории пространственные преимущества проявляются в любой экономической деятельности. Они заставляют те или иные виды производств располагаться во вполне определенных регионах. Некоторые производства, ориентированные на местные рынки и предполагающие значительные транспортные издержки, располагаются близко к рынкам сбыта. Каждый регион, каждый город обладает своими территориальными преимуществами, связанными либо с источниками сырья, либо с другими факторами производства (рабочая сила, земля, энергия), либо с близостью к рынкам сбыта. Данная теория в значительной степени объясняет сложившееся размещение производительных сил.

Другие традиционные представления, связанные не только с теорией, но и с практикой экономического развития, основываются на закономерностях агломерации, концентрации и комбинации производства. В крупных городах

или городских агломерациях дополнительная экономия или дополнительный экономический эффект образуется в связи с тем, что вокруг успешно действующих производств формируется их окружение и благодаря объединенному использованию общих ресурсов (трудовых, энергетических, инфраструктурных) достигается дополнительная экономия. Высокая концентрация промышленности в крупных городах позволяет получить дополнительную экономию, возникающую благодаря агломерационному эффекту (совокупные затраты всех производств в крупной агломерации меньше, чем сумма затрат каждого производства в случае их одиночного размещения вне пределов данной агломерации).

Весьма плодотворной концепцией, позволяющей эффективно анализировать проблемы экономического развития региона, является концепция основного и вспомогательного производства. В любом регионе можно выделить основную промышленность, т. е. ту, продукция которой в основном вывозится из региона, и вспомогательное производство, продукция которого потребляется преимущественно в пределах региона. Обычно при расширении основного производства увеличивается и вся обслуживающая его инфраструктура; возникает так называемый мультипликативный эффект. В условиях быстрой смены основных производств главным фактором устойчивого экономического развития становится степень развитости всей городской инфраструктуры. Это дает основание по-новому взглянуть на роль, так называемых вспомогательных производств [2, с. 22–24], оценить их как первичный фактор экономического развития и залог его процветания в будущем.

Внешняя торговля, промышленно-инвестиционное, кредитное и технологическое сотрудничество с зарубежными странами играют важную роль в экономическом развитии региона. Само это развитие подразумевает структурную перестройку экономики. Состояние экономического развития можно оценить с помощью количественных и качественных показателей. К качественным можно отнести:

- отраслевой состав экономики, отраслевую структуру экспорта и импорта;
- уровень научно-технического развития;
- состав трудовых ресурсов;
- объем инвестиций в экономику.

Под количественным показателем экономического развития регионов подразумевается прежде всего прирост ВРП на душу населения (см. таблицу 1).

Для регионов также немалое значение имеют территориальные преимущества (близость к рынкам сбыта и природным ресурсам). Благоприятно сказывается на экономическом росте наличие в регионе крупных городов и городских агломераций. И наконец, помимо основного производства, важную роль в наращивании экономической мощи играет инфраструктура, вспомогательное производство, а также внешнеэкономическая деятельность региона.

Далее рассмотрим методы оценки внешнеэкономической деятельности региона. Вопрос влияния внешнеэкономической деятельности на развитие региона в российской экономической литературе проработан не достаточно. Не существует единой методики, позволяющей рассчитать ее воздействие на экономическое развитие. Встречаются лишь разнообразные методы, как правило, подобранные непосредственно для анализируемого региона либо предназначенные для анализа отдельных показателей внешнеэкономической деятельности, но не дающие общую оценку внешнеэкономической деятельности. Рассмотрим наиболее удачные, на наш взгляд, методы оценки внешнеэкономической деятельности регионов.

Н.А. Ларионова в статье «Оценка факторов эффективности внешнеэкономической деятельности регионов» и некоторые другие авторы (например, Т.Г. Розанова и В.В. Кистанов) предлагает оценить основные факторы эффективности внешнеэкономической деятельности региона с использованием следующей системы показателей:

1. Размеры роста (сокращения) импортозамещающих производств в регионе.
2. Рост (снижение) ВРП.
3. Увеличение (уменьшение) количества новых рабочих мест.
4. Рост (уменьшение) бюджетных доходов.
5. Влияние на уровень жизни населения (разница между приростом денежных доходов и потерями населения в связи с изменением цен).
6. Рост (уменьшение) инвестиций в основной капитал в связи с изменениями емкости внутреннего рынка отечественной продукции.

Для оценки указанных региональных последствий используются соответствующие расчетные параметры, включая:

– степень зависимости (коэффициенты эластичности) изменения размеров импорта и объемов импортозамещающего производства от изменения величины таможенных тарифов по основным товарным группам (на основа-

нии анализа данных за репрезентативный ретроспективный период);

– оценку влияния величины тарифов на уровень цен реализации по товарным группам;

– оценку влияния изменения цен на емкость товарного рынка (платежеспособный спрос) по товарным группам в разрезе групп региона с различным уровнем доходов населения;

– оценку изменения размеров рынка отечественной продукции, связанную с изменениями таможенных тарифов.

Данный метод предназначен прежде всего для оценки импортозамещающего роста производства, а также тарифного регулирования в регионе. Причем Н.А. Ларионова проводит оценку эффективности внешнеэкономической деятельности Ставропольского края и приходит к выводу, что изменения в тарифной политике могут оказать ощутимое воздействие лишь в том случае, когда импорт составляет не менее 10 % реализуемых товаров, и оценивает влияние тарифной политики в Ставропольском крае как незначительное.

Метод, основанный на расчете степени зависимости изменения размеров импорта и объемов импортозамещающего производства от изменения величины таможенных тарифов, не является оптимальным для целей нашего исследования, так как не учитывает некоторых важных параметров внешнеэкономической деятельности (таких как величина экспорта, объем иностранных инвестиций), а также подходит лишь для небольшого числа регионов в связи с ограничением по импорту.

Интересный метод оценки экономического развития региона предлагают О.С. Кушнарева и Ю.Г. Мигунов [4], он позволяет с помощью значений интегральной оценки достаточно точно определить устойчивость развития региона. Похожий анализ встречается в работе С. Суспицына [5]. Авторы выделяют несколько групп индикаторов устойчивого развития региона. В частности, к группе экономических индикаторов относят следующие: производственно-экономические, структурные, инвестиционные, научно-технического потенциала, внешнеэкономической деятельности. Затем производится интерпретация пороговых значений интегральной оценки устойчивости экономического развития. Выделяются три интервала значений интегральной оценки (см. таблицу 2).

После анализа значения различных индикаторов О.С. Кушнарева и Ю.Г. Мигунов используют следующие: среднегодовые темпы прироста объемов производства ВРП, среднегодовые темпы прироста объемов промышлен-

ного производства, среднегодовые темпы прироста объемов производства сельского хозяйства, среднегодовой уровень инфляции, доля промышленности в ВРП, доля сельского хозяйства в ВРП, среднегодовые темпы прироста экспорта. С использованием перечисленных показателей рассчитываются нормированные

значения и весовые коэффициенты. Затем нормированные коэффициенты и весовые значения перемножаются, а затем суммируются, и, таким образом, получается значение интегральной оценки, по которому и определяется устойчивость развития региона.

Таблица 2

Интерпретация пороговых значений интегральной оценки устойчивости экономического развития региона

Номер интервала значений интегральной оценки	Границы интервала	Интерпретация интегральной оценки
1	от 0,85 до 1,0	Высокое качество устойчивого роста экономики
	от 0,7 до 0,85	Устойчивое развитие экономической системы
2	от 0,5 до 0,7	Развитие, близкое к устойчивому
	от 0,25 до 0,5	Развитие экономической системы с некоторыми признаками неустойчивости
3	от 0,1 до 0,25	Неустойчивое, предкризисное состояние экономики
	от 0 до 0,1	Кризис экономической системы

Источник: [4].

Несмотря на то, что данный метод предназначен для разработки социально-экономической политики региона, координации структуры и объемов экспорта и импорта и корректировки структуры производства, т. е. для использования государственными органами власти, он представляет интерес и с исследовательской точки зрения. Однако существенным недостатком данного метода является сложность расчетов и проблематичность получения необходимой статистической информации развития региона.

Еще один метод был предложен И.В. Челноковым, Б.И. Герасимовым и В.В. Быковским [6, с. 14–39]. Авторы предлагают так называемую укрупненную модель функционирования экономики региона. В отличие от моделей, где регион выступает как единый, хотя и структурированный субъект, в этой модели основное внимание уделено механизму экономических отношений между различными субъектами экономики региона. Рассматриваемая региональная макро модель является определенным компромиссом между сложностью и громоздкостью описания развитой модели функционирования региона и необходимостью ясного представления основных взаимоотношений регионального экономического механизма.

Ядро модели функционирования экономики региона составляют следующие блоки:

- производство товаров и рыночных услуг;
- производство нерыночных услуг;

- население;
- государственные доходы и расходы (федерального и регионального бюджетов, внебюджетных фондов);
- основные балансовые соотношения;
- индикаторы социально-экономического развития региона.

Для анализа каждого блока применяются различные экономические модели и формулы. В дальнейшем модель позволяет рассчитывать обобщающие показатели (индикаторы) регионального развития и их взаимосвязи. Часть индикаторов достаточно традиционна, выбор других определяется возможностями модели.

U_1 – ВРП на душу населения. Может быть рассчитан двумя способами – производственным и на базе доходов основных субъектов экономики региона.

U_2 – среднедушевые доходы населения. Этот индикатор учитывает все основные источники формирования доходов населения, включая социальные трансферты из федерального и регионального бюджетов, внебюджетных фондов. Он может быть дополнен косвенными доходами – величиной бюджетных дотаций на компенсации к ценам и тарифам или прямых бюджетных расходов на содержание жилищно-коммунального хозяйства, общественного транспорта и т. д.

U_3 – уровень безработицы в регионе. Рассчитывается на основе баланса трудовых ресурсов и численности экономически активного населения.

U_4 – обеспеченность населения услугами социальной сферы. С переходом к Системе национальных счетов этот индикатор получает статистическую основу для своего определения (объем рыночных и нерыночных услуг).

U_5 – доля собственных доходов консолидированного бюджета региона в его полных расходах. Этот показатель характеризует, во-первых, степень обеспеченности региона собственными источниками финансирования (в части направлений расходов регионального бюджета), во-вторых, уровень государственной поддержки региону со стороны федерального бюджета.

U_6 – относительные доходы федерального центра (отношение поступлений в федеральный бюджет к его расходам на территории региона). По величине этого показателя регион может быть отнесен либо к регионам-донорам (если $U_6 > 1$), либо к регионам-реципиентам (если $U_6 < 1$). Использование данного показателя нацелено на выбор форм и методов государственной поддержки региона.

U_7 – доля собственных инвестиций резидентов региональной экономики в общей величине инвестиций, осуществляемых в регионе. Вместе с величиной ВРП на душу населения этот индикатор характеризует уровень «зрелости» экономики; его относительно высокое значение свидетельствует о благоприятном инвестиционном климате в регионе, служит сигналом внешним инвесторам для эффективного вложения капитала.

Набор индикаторов $U = (U_1, \dots, U_7)$ достаточно полно описывает основные результаты того или иного варианта развития региона.

Рассмотренные выше методы разработаны для разных целей и различными авторами, но все же имеют общие черты, которые позволяют выявить последовательность действий при оценке внешнеэкономических связей регионов и их влияния на экономическое развитие:

1. Расчет основных показателей внешнеэкономических связей регионов. Показатели, формулы расчета и их характеристики представлены в таблице 3.

2. Оценка внешнеэкономической деятельности региона на основе рассчитанных показателей: уровень его открытости, экспортная и импортная специализация, инвестиционная привлекательность, роль внешнеэкономической деятельности региона в системе внешнеэкономических связей страны.

3. Расчет основных показателей экономического развития региона.

4. Выявление особенностей экономического развития региона с помощью рассчитанных показателей: уровень развития промышленности и сельского хозяйства, промышленная специализация, инновационная деятельность, ситуация с трудовыми ресурсами, устойчивость развития.

5. Анализ влияния внешнеэкономических связей на экономическое развитие в данном регионе, сопоставление качественных и количественных показателей, выявление причинно-следственных связей.

Таблица 3

Показатели оценки внешнеэкономического комплекса региона

Коэффициент	Алгоритм расчета	Норма коэффициента	Характеристика
<i>1. Уровень открытости региональной экономики</i>			
Экспортная квота	$K_{\mathcal{E}} = \frac{\mathcal{E}}{ВРП} \cdot 100\%$, где \mathcal{E} – объем экспорта региона, руб.; $ВРП$ – валовой региональный продукт, руб.	Не имеет конкретной нормы	Характеризует значимость экспорта для экономики региона
Импортная квота	$K_{И} = \frac{И}{ВРП} \cdot 100\%$, где $И$ – объем импорта региона, руб.	Не имеет конкретной нормы	Характеризует значимость импорта для экономики региона
Внешнеторговая квота	$K_{ВТ} = \frac{\mathcal{E} + И}{2 \cdot ВРП} \cdot 100\%$	Не имеет конкретной нормы	Характеризует отношение внешнеторгового оборота к внутреннему валовому продукту
Коэффициент покрытия импорта экспортом	$K_{ЭИ} = \frac{\mathcal{E}}{И}$	Больше 1	Характеризует уровень внешнеторговой самообеспеченности региона
Коэффициент международной конкурентоспособности	$K_{МК} = \frac{\mathcal{E} - И}{ВО}$, где $ВО$ – внешнеторговый оборот региона, руб.	Больше 0	Характеризует долю «чистого» экспорта во внешнеторговом обороте

Продолжение табл. 3

Коэффициент	Алгоритм расчета	Норма коэффициента	Характеристика
Доля экспорта на душу населения	$K_{\text{эди}} = \frac{\text{Э}}{Ч}$, где Ч – численность населения региона, чел.	Не имеет конкретной нормы	Показывает объем экспорта, приходящегося на одного жителя региона
Доля импорта на душу населения	$K_{\text{иди}} = \frac{И}{Ч}$	Не имеет конкретной нормы	Показывает объем импорта, приходящегося на одного жителя региона
Внешнеторговый оборот на душу населения	$K_{\text{водн}} = \frac{И + \text{Э}}{Ч}$	Не имеет конкретной нормы	Показывает объем внешнеторгового оборота, приходящегося на одного жителя региона
2. Уровень специализации экономики региона			
Коэффициент отраслевой специализации региона	$K_{\text{сп}} = \frac{ВРП_{\text{отр}} \cdot ВРП_{\text{стр}}}{ВРП_{\text{отр стр}} \cdot ВРП_{\text{рег}}}$, где $ВРП_{\text{отр}}$ – валовой региональный продукт отрасли, руб.; $ВРП_{\text{стр}}$ – валовой региональный продукт страны, руб.; $ВРП_{\text{отр стр}}$ – валовой региональный продукт отрасли страны в целом, руб.; $ВРП_{\text{рег}}$ – валовой региональный продукт региона, руб.	Значение больше 1 свидетельствует о наличии отраслевой специализации региона в этой отрасли	Характеризует отраслевую специализацию региона и дает возможность определить специализацию региона как в целом (производящие товары или услуги), так и более детализированную (промышленный, сельскохозяйственный или смешанный тип специализации)
Коэффициент локализации производства	$K_{\text{л}} = \frac{O_p \cdot P_c}{P_p \cdot O_c}$, где O_p – объем товарной продукции отрасли региона, руб.; O_c – объем товарной продукции отрасли страны, руб.; P_p – все промышленное или сельскохозяйственное производство региона, руб.; P_c – все промышленное или сельскохозяйственное производство страны, руб.	Значение более 1,25 – базовая отрасль; 0,75 – 1,25 – отрасли ориентированные на внутреннее потребление; менее 0,75 – отрасли, ориентированные на импортозамещение	Характеризует уровень развития отраслей в регионе и значимость их для экономики региона
Коэффициент отраслевой специализации экспорта	$K_{\text{спэ}} = \frac{\text{Э}_{\text{отр}} \cdot \text{Э}_{\text{стр}}}{\text{Э}_{\text{отр стр}} \cdot \text{Э}_p}$, где $\text{Э}_{\text{отр}}$ – экспорт отрасли региона, руб.; $\text{Э}_{\text{отр стр}}$ – экспорт отрасли страны, руб.; Э_p – экспорт региона, руб.; $\text{Э}_{\text{стр}}$ – экспорт страны, руб.	Значение более 1,25 – базовая экспорто-ориентированная отрасль; 0,75–1,25 – отрасли ориентированные на внутреннее потребление; менее 0,75 – отрасли, ориентированные на импортозамещение	Характеризует уровень экспортной специализации отраслей региона
Коэффициент отраслевой специализации импорта	$K_{\text{спэ}} = \frac{И_{\text{отр}} \cdot И_{\text{стр}}}{И_{\text{отр стр}} \cdot И_p}$, где $И_{\text{отр}}$ – импорт отрасли региона, руб.; $И_{\text{отр стр}}$ – импорт отрасли страны, руб.; $И_p$ – импорт региона, руб.; $И_{\text{стр}}$ – импорт страны, руб.	Значение более 1,25 – базовая импорто-ориентированная отрасль; 0,75–1,25 – отрасли ориентированные на внутреннее потребление; менее 0,75 – отрасли, ориентированные на импортозамещение	Характеризует уровень импортной специализации отраслей региона
Коэффициент продуктивности экономики	$K_{\text{пр}} = \frac{ВРП_{\text{отр}}}{V_{\text{п отр}}}$, где $ВРП_{\text{отр}}$ – валовой региональный продукт отрасли, руб.; $V_{\text{п отр}}$ – объем продукции отрасли, руб.	Значение колеблется в зависимости от доли добавленной стоимости в общем объеме товарной продукции	Характеризует долю добавленной стоимости в общем объеме продукции, произведенной в регионе

Окончание табл. 3

Коэффициент	Алгоритм расчета	Норма коэффициента	Характеристика
Коэффициент территориальной специализации экспорта	$K_{ЭТР} = \frac{\mathcal{E}_{ГС}}{\mathcal{E}}$, где $\mathcal{E}_{ГС}$ – объем экспорта региона в данную группу стран, руб.; \mathcal{E} – общий объем экспорта региона, руб.	Значение колеблется от 0 до 1 в зависимости от объема экспорта в данную группу стран	Позволяет определить преобладающие направления экспорта региона
Коэффициент территориальной специализации импорта	$K_{ИТР} = \frac{И_{ГС}}{И}$, где $И_{ГС}$ – объем импорта региона в данную группу стран, руб.; $И$ – общий объем импорта региона, руб.	Значение колеблется от 0 до 1 в зависимости от объема импорта в данную группу стран	Показывает долю каждой группы стран в импорте региона

Источники: составлено автором по: Капралова Н. Л. Внешнеэкономическая активность как фактор конкурентоспособности // Вопросы статистики. – 2007. – № 8; Блудова С. Н. О классификации регионов РФ на основе оценки внешнеэкономического потенциала // Экономика и математические методы. – 2008. – № 10; Ларионова Н. А. Оценка факторов эффективности внешнеэкономической деятельности регионов // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – № 7.

Далее проводится анализ основных показателей внешнеэкономических связей и экономического развития. Оценка влияния может быть проведена с применением модели множественной регрессии, которая представляет собой взаимосвязь между несколькими независимыми и одной зависимой переменной. Когда необходимо выявить зависимость между двумя переменными (парная регрессия), уравнение множественной регрессии имеет следующий вид:

$$Y = a + b \times X, \quad (1)$$

где Y – зависимая переменная; X – независимая переменная; a – константа (свободный член); b – угловой коэффициент (β -коэффициент).

В случае нескольких независимых переменных (многочленная регрессия) уравнение записывается следующим образом:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_p X_p, \quad (2)$$

где p – количество независимых переменных [7, с. 68–70].

Для оценки влияния внешнеэкономических связей на экономическое развитие в качестве объясняющих переменных предполагается использовать количественные показатели внешнеэкономической активности по основным направлениям, в то время как объем ВРП будет выступать зависимой от них переменной. В качестве определяющих факторов можно использовать объем иностранных инвестиций в экономику региона, а также величину экспорта.

Оценочная модель множественной регрессии будет иметь следующий вид:

$$Y = b_1 + b_2 X + b_3 I_f, \quad (3)$$

где Y – объем ВРП; X – объем регионального экспорта; f – объем иностранных инвестиций,

привлеченных в экономику региона; b_1 – постоянный коэффициент; b_2 – коэффициент, показывающий, как изменится ВРП при изменении экспорта региона на единицу; b_3 – коэффициент, показывающий, как изменится ВРП при изменении иностранных инвестиций на единицу.

Анализ будет проводиться по методу наименьших квадратов. Метод наименьших квадратов – это метод оценки параметров модели на основании экспериментальных данных, содержащих случайные ошибки. В основе метода лежат следующие рассуждения: при замене точного (неизвестного) параметра модели приблизительным значением необходимо минимизировать разницу между экспериментальными данными и теоретическими (вычисленными при помощи предложенной модели). Это позволяет рассчитать параметры модели с помощью метода наименьших квадратов с минимальной погрешностью [7, с. 96].

Для проведения регрессионного анализа используем программу эконометрического моделирования EViews, так как здесь представлен широкий спектр моделей и методов эконометрического анализа (в том числе и необходимых нам), но при этом программа не загружена дополнительными модулями (как например SPSS).

Итак, внешнеэкономическая деятельность региона определяется как совокупность последовательных действий по обмену на внешнем рынке товарами, услугами, технологиями, капиталами и т. д. Она является элементом внешнеэкономических связей региона, которые проводятся по четырем направлениям: внешнеторговые, финансовые, производственные и инвестиционные. Регион может осуществлять внешнеэкономические отношения с другими регио-

нами, юридическими и физическими лицами данной страны, с другими государствами, с регионами, юридическими и физическими лицами других государств, а также с международными организациями. Однако осуществление внешнеэкономических связей регионов должно проходить на основе сохранения единства системы государственной власти, правовой системы государства, государственной территории, экономического пространства и принципа субсидиарности.

В России межрегиональные различия по объемам и структуре внешнеэкономической деятельности велики. Регионы с открытой экономикой имеют разнообразные и крупномасштабные внешнеэкономические связи, сильно диверсифицированные по географическим направлениям и предметному содержанию. Регионы, экономика которых обращена преимущественно на внутренний рынок, характеризуются ограниченными внешнеторговыми связями и малопривлекательны для иностранных инвесторов. Имеются также регионы, которые относятся к переходному типу, именно в эту группу на сегодняшний день попадает Омская область. Межрегиональные различия по характеру и масштабам участия во внешнеэкономической деятельности в условиях федерализации и рыночных отношений довольно тесно взаимосвязаны с финансовым положением субъектов РФ.

Основными показателями экономического развития, влияния внешнеэкономической деятельности являются: объем ВРП (как общий, так и на душу населения), объем инвестиций в основной капитал, доля инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции, индекс развития человеческого потенциала и др. Важными факторами экономического развития являются: количество и качество природных и трудовых ресурсов, объем основного капитала и наличие передовых технологий.

Для анализа внешнеэкономической деятельности региона и оценки ее влияния на экономическое развитие необходимо рассчитать основные показатели внешнеэкономической деятельности региона, на основе которых можно рассмотреть уровень открытости экономики, инвестиционную привлекательность региона, место внешнеэкономической деятельности региона в системе внешнеэкономических связей страны. Для количественной оценки эффективности внешнеэкономической деятельности применима модель множественной регрессии.

Одним из ключевых факторов укрепления экономики России, а также ее регионов явля-

ется развитие экспорта, повышение конкурентоспособности российской продукции на внешнем рынке, увеличение в структуре экспорта доли продукции с высокой степенью переработки. Методологический подход исследования и оценки экспортного потенциала региона/отрасли, разработанный С.И. Ультан и Н.Ю. Роговской [8] представляет собой совокупность целого ряда составляющих, «проблемно-содержательных блоков», каждый из которых имеет свою область применения, но в системе с другими составляющими характеризует экспортные возможности региона. Стратегическая цель экспортного потенциала заключается в том, чтобы он стал инструментом активизации имеющихся и потенциальных конкурентных преимуществ экономики страны, региона в международном разделении труда, средством содействия выводу страны/региона на путь стабильного экономического роста.

1. Голодова Ж. Г. Финансовые возможности экономического роста регионов России // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 13. – С. 30–33.

2. Амосов А. О предпосылках установления экономического роста // Экономист. – 2005. – № 8. – С. 21–24.

3. Петросянц В. З., Дохолян С. В. Региональное развитие и факторы экономического роста // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. – № 18. – С. 13–14.

4. Кушнарева О. С., Мигунов Ю. Г. Методы оценки устойчивого развития региона // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 3. – URL : <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=22686>.

5. Суспицын С. Методические проблемы прогнозирования приоритетов и последствий государственной региональной политики // Российский экономический журнал. – 2000. – № 2. – С. 57–72.

6. Челноков И. В., Герасимов Б. И., Быковский В. В. Региональная экономика: организационно-экономический механизм управления ресурсами развития региона. – М. : Экономика, 2004. – 112 с.

7. Доугерти К. Введение в эконометрику. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 495 с.

8. Ультан С. И., Роговская Н. Ю. Методологические основы формирования и исследования экспортного потенциала отрасли (на примере отрасли цветной металлургии) // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2012. – № 1. – С. 26–32.

МИГРАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ ЗАПАДНО-СИБИРСКОГО РЕГИОНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

POPULATION SHIFT OF THE WESTERN-SIBERIAN REGION: PROBLEMS AND PROSPECTS

И.С. Метелев
I.S. Metelev

Омский институт (филиал) Российского государственного торгово-экономического университета

Исследования посвящены миграционным процессам на территории Западно-Сибирского региона, выявлению причин и перспектив улучшения ситуации, а также их влиянию на решение экономических и социальных проблем.

Article is devoted to migratory processes in Western-Siberian region. The author reveals the reasons and prospects of situation improvement and they influence on the decision of economic and social problems.

Ключевые слова: миграция, трудовая миграция, экономическое развитие, влияние реформационных преобразований, Западно-Сибирский регион, проблемы и перспективы миграционных процессов.

Key words: migration, labor migration, economic development, reformation influence, Western-Siberian region, problems and prospects of migratory processes.

Многие отечественные ученые, в том числе С.А. Алиханов, А.Б. Ванян, И.Н. Глебов, Ю.А. Кашуба, Г.С. Витковская, Л.Н. Дьяченко, О.И. Забелло, П.П. Каляда, А.С. Коробов, Ю.М. Рашевский, В.С. Собольников, С.В. Соколов, Н.М. Хмара, а также – Е.М. Андреев, А.Г. Вишнеvский, Н.А. Избеков, В.А. Ионцев, В.И. Переведенцев и др., глубоко излагали проблемные вопросы миграционной политики России и в широком плане позволяют сделать вывод о том, что миграция является важнейшим источником формирования народонаселения на конкретно взятой территории.

Поэтому миграция, по мнению С.И. Трибунского, В.Н. Карташева, А.В. Фокина, не только демографическая угроза, но и мощная сила для социально-политико-экономических процессов, влияющих на воспроизводство населения, что в условиях отрицательного естественного прироста, т. е. убыли коренного населения, может способствовать позитивным процессам в развитии общества [1]. Подтверждением этому могут быть данные таблицы 1.

Таблица 1

Общие итоги миграции населения в январе-сентябре 2011 г. (человек) [2]

Регион	Число прибывших	Число выбывших	Миграционный прирост (+), убыль (-)
Российская Федерация	2353173	2125649	+227524
Сибирский федеральный округ	373150	370305	+2845
Республика Алтай	6370	6516	-146
Республика Бурятия	21946	24840	-2894
Республика Тыва	6159	7961	-1802
Республика Хакасия	12490	12710	-220
Алтайский край	51590	55179	-3589
Забайкальский край	17343	24050	-6707
Красноярский край	62881	56866	+6015
Иркутская область	38740	44080	-5340
Кемеровская область	44739	44838	-99
Новосибирская область	55081	41285	+13796
Омская область	33387	33978	-591
Томская область	22424	18002	+4422

Примечание: с 2011 г. в статистический учет долгосрочной миграции населения включены также лица, зарегистрированные по месту пребывания на срок 9 месяцев и более.

О миграции населения со странами ближнего и дальнего зарубежья по федеральным

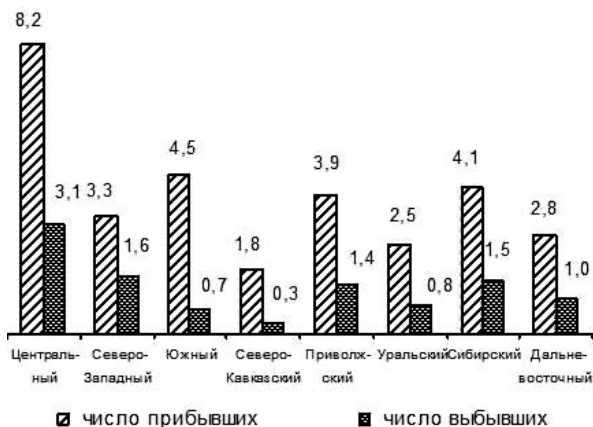


Рис. 1. Миграция населения со странами дальнего зарубежья по федеральным округам Российской Федерации в январе-сентябре 2011 г., тыс. чел.*

Примечание: * по данным [2].

Следует отметить, что трудовая миграция на современном этапе развития российского общества представляет собой объективный и экономически обоснованный процесс, который обеспечивает мигрантов средствами для проживания, трудоустройством, тогда как экономика принимающего региона или государства вследствие миграции обеспечивает себя дополнительными трудовыми ресурсами. Однако создается проблема, которая связана с серьезным оттоком капитала из регионов и страны, а также нарушениями в системе налогообложения на всех уровнях. Поэтому целесообразно создавать благоприятные социально-экономические условия для того, чтобы существующая конкурентная борьба на российском рынке труда не накалялась вследствие притока иностранных мигрантов, а организация должного контроля за деятельностью мигрантов и работодателей способствовала бы пресечению разного рода злоупотреблений [3].

Нелегальная миграция наносит значительный вред любому региону. Решение этой проблемы необходимо при должном внимании и участии властей. По мнению Д.А. Медведева, «ситуация выправляемая» и ее необходимо исправить [4; 5]. И это не просто. Так, начиная с 1992 г. в России происходит масштабная убыль населения и массовая социальная деградация, что находит проявление в первую очередь в повышении смертности населения. Убыль населения в связи с резким превышением смертности над рождаемостью за это время составила более 12 млн человек [6].

округам Российской Федерации, например, за 2011 г., говорят данные рис. 1 и 2.

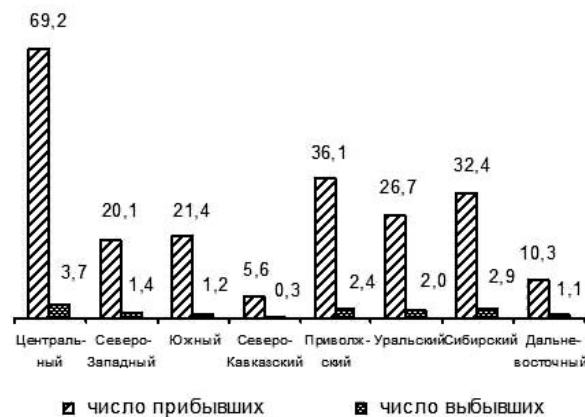


Рис. 2. Миграция населения с государствами-участниками СНГ по федеральным округам Российской Федерации в январе-сентябре 2011 г., тыс. чел.*

На 51-й сессии Всемирная организация здравоохранения назвала проявление российского кризиса общественного здоровья беспрецедентными для индустриально развитой страны в мирное время [7]. В том же Докладе о состоянии здоровья в мире, обнародованном Всемирной организацией здравоохранения, заявлено, что «между 1987 и 1994 годами ожидаемая продолжительность жизни при рождении среди мужчин в Российской Федерации упала более чем на 7 лет (до 57,6 лет). В некоторых регионах страны падение было еще большим и ожидаемая продолжительность жизни снизилась до 49 лет, т. е. до величины, сопоставимой со многими районами Африки южнее Сахары. Ожидаемая продолжительность жизни женщин также уменьшилась. Причем эта разница между мужчинами и женщинами составляет 13 лет [7].

Следует заметить, что в 2007 г. одобрена новая редакция Концепции демографической политики Российской Федерации, нацеленная на стабилизацию и рост численности населения. Среди ее основных задач – повысить к 2025 г. общий коэффициент рождаемости в 1,5 раза и увеличить ожидаемую продолжительность жизни до 75 лет [8].

Например, Томская область входит в состав Сибирского федерального округа Российской Федерации. В состав области входят 16 муниципальных районов, 6 городов (Томск, Северск, Стрежевой, Асино, Колпашево, Кедровый) из них 4 являются городскими округами. Томская область образована 13 августа

1944 г. Центр – Томск. Расстояние до Москвы – 3 500 км. Общая численность населения Томской области, по данным на 1 января 2011 г., составляет 1046,7 тыс. человек. Площадь территории – 314,4 тыс. кв. км. (1,9 % территории Российской Федерации), плотность населения области – 3,3 чел на 1 кв. км. [9].

Однако за период с 2004 по 2007 г., по данным статистики, в Томской области наблюдается тенденция увеличения миграционного прироста. Так, в 2007 г. миграционная прибыль составила 630 человек, что в 2 раза больше данного показателя 2006 г. (304 человека). В рейтинге муниципальных образований Томской области по показателю миграционной прибыли Томский район занимает 2 место после Томска. Число прибывших в район в 2007 г. превысило число выехавших на 37 %, что значительно выше данного показателя по Томской области (16 %). Характеризуя активность миграционных потоков можно отметить, что на протяжении 2004–2006 гг. в районе наблюдалось снижение числа прибывающих и выбывающих. В 2007 г. по сравнению с 2006 г. число прибывающих и выбывающих увеличилось в 1,3 и 1,1 раза соответственно. При этом рост числа прибывающих идет более быстрыми темпами, чем увеличение числа выбывающих. Негативные тенденции миграционных процессов в Томском районе совпадают с тенденциями, характерными для Томской области, – это убыль населения моложе трудоспособного возраста, миграционный прирост лиц старше трудоспособного возраста, а также выраженная маятниковая миграция трудоспособного населения [10].

Вместе с тем продолжающийся отток и естественная убыль населения влияют на увеличение числа мелких населенных пунктов с числом жителей 10 и менее человек. Большая часть из них это «вымирающие деревни», в которых преобладает население старше трудоспособного возраста и где отсутствует или слаборазвита социальная и экономическая инфраструктура. Усугубляет ситуацию отток трудоспособного населения на фоне сокращения численности населения младше трудоспособного возраста и увеличения удельного веса пожилых людей. Преобладающими причинами оттока населения из района являются:

- продолжение учебы;
- отсутствие достаточного количества рабочих мест и наличие безработицы;
- низкий уровень заработной платы работающих;
- недостаток благоустроенного жилья и отсутствие современных условий для проведения досуга и развлечений.

Выявленные в результате анализа демографической ситуации проблемы являются управляемыми и для оказания воздействия на них у муниципального района достаточно полномочий.

Однако в целях более эффективной реализации данных полномочий в Томском районе требуется разработка программных мероприятий, которые позволят преодолеть негативные тенденции в демографическом развитии и создать условия по стабилизации демографической ситуации [10].

Исследования показывают, что в Томской области эффективная миграционная политика может быть при создании следующих условий:

- формирование комфортных условий для жизни, работы, отдыха и воспитания детей, способствующих закреплению населения;
- создание условий и механизмов для привлечения на территорию субъекта категорий населения, необходимых для обеспечения новой структуры экономики квалифицированными кадрами, в том числе и через участие в областной целевой программе «Оказание содействия добровольному переселению в Томскую область соотечественников, проживающих за рубежом»;
- формирование эффективного рынка труда путем повышения уровня доходов и занятости населения [10].

Я.А. Лещенко (2010) считает, что Федеральной службой государственной статистики (Росстат) выполнены прогнозные расчеты трех вариантов изменения численности населения страны (в том числе по федеральным округам) на период до 2030 г. Согласно среднему варианту прогноза по Сибирскому федеральному округу (таблица 2), в течение 20 лет ожидается умеренное сокращение численности населения – с 19,5 млн (2009 г.) до 19,1 млн чел. (2030 г.) [11].

По высокому варианту прогноза численность населения может увеличиться за тот же срок почти до 20,3 млн чел. Однако по низкому варианту возможно значительное сокращение численности до 17,5 млн чел (см. таблицу 2).

Вместе с тем анализ цифровых данных таблицы показывает, что «высокий вариант прогноза нельзя однозначно расценивать как оптимистический». Причем если увеличение численности населения будет достигнуто за счет естественного прироста (повышения уровня рождаемости), то оценки будут одни. А если эта же задача будет достигнута за счет миграционных процессов, то оценки окажутся другими. К тому же они могут сильно различаться в зависимости от культурно-образова-

тельного, квалификационного состава мигрантов и т. п. Что касается низкого варианта прогноза, то он, безусловно, пессимистический, поскольку исходит из наилучшей вероятности течения демографического процесса, ведущего к выраженному сокращению численности

населения. И здесь как раз налицо недостаточность демографического потенциала Сибири для создания развитой экономической и поселенческой структуры, освоения имеющихся природных ресурсов в регионе [11].

Таблица 2

Прогнозы изменения среднегодовой численности населения по Сибирскому федеральному округу, тыс. чел.

Годы									
2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2020	2025	2030
Высокий вариант прогноза									
19544,4	19543,8	19547,6	19556,4	19572,2	19593,9	19621,1	19814,6	20053,3	20288,1
Средний вариант прогноза									
19538,8	19526,7	19516,8	19508,2	19499,7	19491,7	19484,2	19431,1	19298,8	19094,6
Низкий вариант прогноза									
19527,0	19487,3	19441,9	19391,4	19336,6	19276,1	19208,8	18777,8	18194,7	17469,6

Исследования показывают, что для развития Сибири, в том числе и Западно-Сибирского региона, требуется научно обоснованная – социально, экономически, географически и геополитически – политика модернизации и возрождения (здесь может быть использован опыт современного развития Китая и послевоенного возрождения стран Европы – Англии, Франции, Германии). Лишь на основе сильной государственной программы социально-демографического развития Сибири и Дальнего Востока возможно их полноценное существование как неотъемлемой части модернизирующейся России (Я.А. Лещенко, 2010) [11].

В результате проведенного исследования литературных источников следует, что миграционная подвижность населения на территории Западно-Сибирского региона не только важнейшее социально-экономическое явление, но и средство влияния на рынок труда, а также на потенциальные – внешние – трудовые ресурсы, которые в современных условиях рыночных отношений имеют принципиально важное значение в плане использования имеющегося потенциала Западно-Сибирского региона и его территории.

1. *Трибунский С. И., Карташев В. Н., Фокин А. В.* Особенности современных миграционных процессов в Сибирском федеральном округе : материалы XLV научно-практической конференции с международным участием «Гигиена, организация здравоохранения и профпатология» и семинара «Актуальные вопросы современной профпатологии» 17–18 ноября 2010 г. Новокузнецк. – URL : http://www.ni-kpg.ru/17-18_11_2010_progr.htm

2. Социально-экономическое положение Сибирского федерального округа в январе–сентябре 2011 г. : стат. сборник / Федеральная служба гос. статистики – М., 2011. – С. 47–48.

3. *Бондаренко Р. М.* Социально-экономический аспект трудовой миграции в России // Успехи современного естествознания. – 2011. – № 7 – С. 81–82; URL : www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=7797059 (дата обращения: 04.09.2011).

4. Курс на Дальний Восток // Expert Online. – 2010. – 5 июля. – URL : http://expert.ru/2010/07/5/kurs_na_vostok/

5. Медведев поставил задачи Дальнему Востоку (3 июля 2010, суббота, 10:49) // Дни.ру. – URL : <http://sochi-24.ru/v-mire/medvedev-postavil-zadachi-dalnemu-vostoku.201073.20422.html>

6. *Белбородов И.* Депопуляция в России: 15 лет демографической трагедии // Демографические исследования. – 2006. – № 6. – URL : http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=21&idArt=787.

7. World Health Report 1998 Life in the 21st century A vision for all Report of the Director-General World Health Organization. Geneva, 1998. P. 122. – URL : http://www.who.int/whr/1998/en/whr98_en.pdf.

8. Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 г. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 9 октября 2007 г. № 1351. – URL : <http://demoscope.ru/weekly/knigi/koncepciya/koncepciya25.html>.

9. Реестр административно-территориальных единиц Томской области (по состоянию на август 2011 г.). Реестр разработан Департа-

ментом государственной гражданской службы и развития местного самоуправления администрации Томской области в соответствии с Положением, утвержденным постановлением администрации Томской области от 16 марта 2011 № 71а «Об утверждении порядка ведения реестра административно-территориальных единиц Томской области». – Томск, 2011. – 38 с.

10. Программа улучшения демографической ситуации муниципального образования

«Томский район» на 2008–2012 гг. – Утв. Думой Томского района от 24 декабря 2008 г. № 287. – URL : <http://vesti70.ru/news/full/?id=29840>.

11. *Леценко Я. А.* Проблемы социально-демографического развития Сибири // Проблемы прогнозирования. – 2010. – № 6. – С. 94–102; ИНИП РАН. – URL : <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=2010/6/07>.

САМООРГАНИЗАЦИЯ ГРАЖДАН И ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ В ГОРОДЕ

SELF-ORGANIZATION OF CITIZENS AND TERRITORIAL PUBLIC SELF-GOVERNMENT IN THE CITY

Э.В. Фомин

E.V. Fomin

Омский государственный университет путей сообщения

Проводится исследование возможности самоорганизации граждан на территориях городского поселения, а именно на территории группы жилых домов, жилого микрорайона, путем организации территориального общественного самоуправления.

In this paper the author explores the possibilities of self-organization of citizens in urban settlements, namely in group homes, residential district, through the organization of territorial public self-government.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, территориальное общественное самоуправление, самоорганизация, системный подход.

Key words: housing and communal services, territorial public self-government, self-organization, system approach.

Целью данной работы является исследование территориального общественного самоуправления (ТОС) на предмет возможности самоорганизации граждан на определённой территории городского поселения. Методологической базой исследования является системный подход, в частности, используется структурно-функциональная модель самоорганизующейся системы. Рассматриваются две формы ТОС – кибернетического и самоорганизующегося типа.

Рассмотрим ТОС с позиций действующего законодательства РФ.

Согласно закону «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» под ТОС понимается самоорганизация граждан по месту их жительства на части территории поселения для самостоятельного и под свою ответственность осуществления собственных инициатив по вопросам местного значения [1, ст. 27, п. 1].

Для городского поселения ТОС может осуществляться в пределах следующих территорий проживания граждан: подъезд многоквартирного жилого дома, многоквартирный жилой дом, группа жилых домов, жилой микрорайон; иные территории проживания граждан [1, ст. 27, п. 3].

Вопрос об организации ТОС решается на собрании или конференции граждан, проживающих на данной территории.

ТОС в соответствии с его уставом может являться юридическим лицом и подлежит государственной регистрации в организационно-правовой форме некоммерческой организации [1, ст. 27, п. 5].

Финансовое обеспечение ТОС предусматривается как за счет средств граждан, участвующих в ТОС, так и на основании договора между органами территориального общественного самоуправления и органами местного самоуправления с использованием средств местного бюджета [1, ст. 27, п. 8].

В соответствии с действующим законодательством ТОС обладает определёнными полномочиями, в том числе установление структуры органов ТОС, избрание органов ТОС; представление интересов населения; осуществление хозяйственной деятельности; внесение в органы местного самоуправления проектов муниципальных правовых актов; установление территории, на которой будет осуществляться ТОС.

ТОС может представлять собой самоорганизацию граждан по месту жительства. Законодательство о ТОС дает для этого возможность, а именно: свободное вступление граждан в члены ТОС, возможность на равных правах избирать и быть избранными в органы ТОС, возможность осуществления инициатив по вопросам местного значения.

Законодательство, обеспечивающее возможность самоорганизации граждан, является необходимым условием. Для того чтобы определить условия достаточности для самоорганизации граждан нужно на практике рассмотреть примеры организации ТОС и выявить их соответствие и отклонение от модели самоорганизации.

Территориальное общественное самоуправление кибернетического типа.

Под социальной системой кибернетического типа понимается система, в которой преобладают вертикальные связи управления, управление идет от органа управления на объект управления, а адаптация осуществляется посредством отрицательной обратной связи.

Исследование ТОС показало, что оно может быть организовано при непосредственном участии местной администрации. Местная администрация может создать целую сеть ТОС, охватывающую город. Такое ТОС определим как ТОС кибернетического типа.

В качестве примера кибернетического ТОС можно привести систему ТОС в Омске. Инициатором создания ТОС была администрация города. Это её организационно-правовая и законодательная разработка, которая была реализована на всей территории Омска. То есть это не была инициатива граждан.

Официальное строительство системы комитетов территориального общественного самоуправления (КТОС) в Омске началось с утверждения Омским городским Советом 5 июня 1996 г. № 187 Положения о территориальном общественном самоуправлении населения в Омске.

В соответствии с Положением от 7 июня 2006 г. № 366 «О территориальном общественном самоуправлении в городе Омске» территориальное общественное самоуправление осуществляется непосредственно населением посредством проведения собраний граждан или конференций граждан (собраний делегатов), а также посредством создания комитетов ТОС и ревизионных комиссий [2, ст. 1, п. 3].

К 2006 г. число КТОС в Омске составило 76 (с тех пор количество КТОС не менялось). КТОС создавались решениями конференций. В настоящее время материалы конференций закрыты для ознакомления, поэтому легитимность конференций и соответственно созданных на их основе КТОС проверить затруднительно.

КТОСы совместно с администрацией Омска учреждали некоммерческие организации «Фонды объединения и развития ТОС» (далее – Фонды) по всем административным округам города (всего 5 Фондов). Фонды были созданы в соответствии со ст. 69 ФЗ № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» как некоммерческие организации муниципальных образований.

В итоге была создана система управления территориями проживания граждан через КТОСы и Фонды во всех округах Омска.

В данном исследовании проведён структурно-функциональный анализ системы омского ТОС и построена соответствующая структурно-функциональная модель управления территориями проживания граждан в Омске (рис. 1).

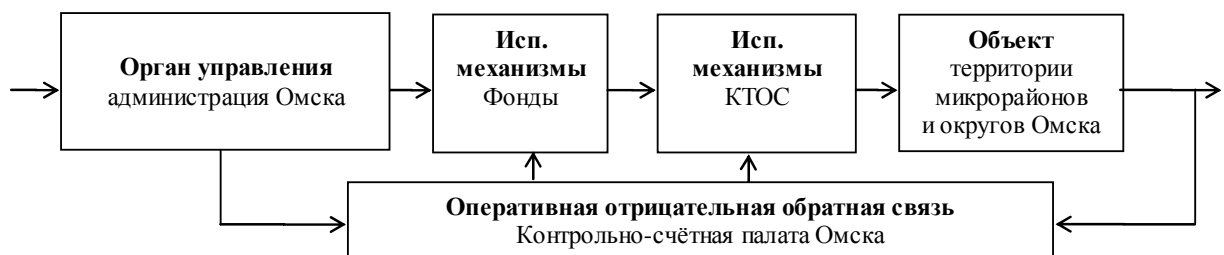


Рис. 1. Кибернетическая структурно-функциональная модель управления территориями проживания граждан Омска через КТОС

Распространение в Омске КТОС (фактически как единственно возможной формы территориального общественного самоуправления) сужает рамки действия ст. 27 Федерального закона № 131 «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ», а именно ограничивает права граждан на свободу выбора формы общественного самоуправле-

ния, ограничивает возможность создания ТОС как юридических лиц.

КТОСы Омска организованы как ТОСы без образования юридического лица, т. е. у них отсутствует собственный расчётный счёт и тем самым они не могут привлекать средства граждан и бюджетные средства для своей деятельности. Таким образом, КТОСы полностью

находятся в финансовой зависимости от местной администрации.

Роль Фондов в омской системе ТОС – это управление комитетами ТОС. Сфера деятельности Фондов поделена в соответствии с административным делением города на округа. Одному Фонду подчиняются КТОСы, территория которых попадает в данный административный округ. Подчинение КТОСов Фондам достигается за счёт нескольких составляющих:

1) председатели и часть сотрудников КТОС получают зарплату как сотрудники Фонда;

2) все договора (с администрацией города и иными организациями), связанные с развитием ТОС, заключают за КТОС Фонды, соответственно бюджетные средства идут через расчётные счёта Фондов.

Не только КТОСы находятся в подчинении у Фондов, но и сами Фонды, в свою очередь, являются подчинёнными организациями администрации города. С точки зрения системного подхода КТОСы и Фонды представляют собой иерархически организованную систему исполнительных механизмов, а органом управления в этой цепочке является администрация Омска.

Ещё одним аргументом в пользу того, что администрация Омска является органом управления, является тот факт, что проверку деятельности КТОСов и Фондов осуществляет Контрольно-счётная палата Омска, которая выполняет функцию отрицательной обратной связи. Основанием для её деятельности в системе КТОС является тот факт, что Фонды и КТОСы существуют на средства городского бюджета.

Таким образом, в случае прекращения бюджетного финансирования, кибернетическая система ТОС в Омске может исчезнуть, так как реальной поддержки и участия населения у КТОСов нет. Кибернетическое территориальное общественное самоуправление на деле является фиктивным. Кибернетического самоуправления, так же как и кибернетической самоорганизации не может существовать по определению. Возможен либо кибернетический тип управления, либо самоуправление.

Созданная в Омске кибернетическая система ТОС представляет собой попытку создания кибернетической системы управления территориями проживания граждан Омска в дополнение к существующей системе управления инфраструктурой городского хозяйства. Преобладание в Омске такого способа управления многоквартирным домом, как управление управляющей организацией также является одним из факторов распространения кибернетической системы ТОС. То есть кибернетическая система ТОС в Омске является частью иерархической цепочки управления.

Территориальное общественное самоуправление самоорганизующегося типа.

Исследование существующих ТОС показало, что они могут быть организованы по инициативе и при непосредственном активном участии граждан. Такие ТОС определим как самоорганизующиеся ТОС. Это способ управления территориями проживания граждан путем самоорганизации граждан.

В качестве примера самоорганизующегося ТОС можно привести «Совет ТОС на Рождественских горках» в Твери [3].

«Совет ТОС на Рождественских горках» был создан Конференцией жителей Пролетарского района Твери в 1998 г., ещё до принятия Положения «О территориальном общественном самоуправлении в городе Твери».

В этот ТОС вошли в основном граждане, проживающие в частных домах. Изучив Устав и другие внутренние нормативные документы, можно сказать, что «Совет ТОС на Рождественских горках» соответствует структурно-функциональной модели самоорганизующейся системы (см. рис. 2).

Деятельность ТОС «Совет ТОС на Рождественских горках» регулируется правилами и нормами надсистемы – федеральным и местным законодательством, в том числе Положением о территориальном общественном самоуправлении в Твери.

Общими внутренними правилами, регулирующими взаимодействие членов ТОС, являются Устав ТОС, а также внутренние нормативные документы, например Положение о координационном совете по стратегическому планированию.

Элементы ТОС – граждане, проживающие на территории ТОС. Объект представляет собой взаимодействие граждан (связи) по поводу управления территорией ТОС.

Функцию оперативной отрицательной обратной связи (регулирование текущей деятельности ТОС) выполняют председатель Совета и штатные сотрудники ТОС.

Функцию стратегической отрицательной обратной связи (адаптация деятельности ТОС к изменяющимся условиям внутренней и внешней среды) выполняют Совет ТОС и ревизионная комиссия.

Функцию методологической обратной связи (определение перспектив деятельности ТОС, его качественное преобразование) выполняют конференция граждан, а также постоянно действующий орган – Координационный совет по стратегическому планированию территории микрорайона (Совет по стратегии), руководствующейся Положением о Координационном совете по стратегическому планированию.

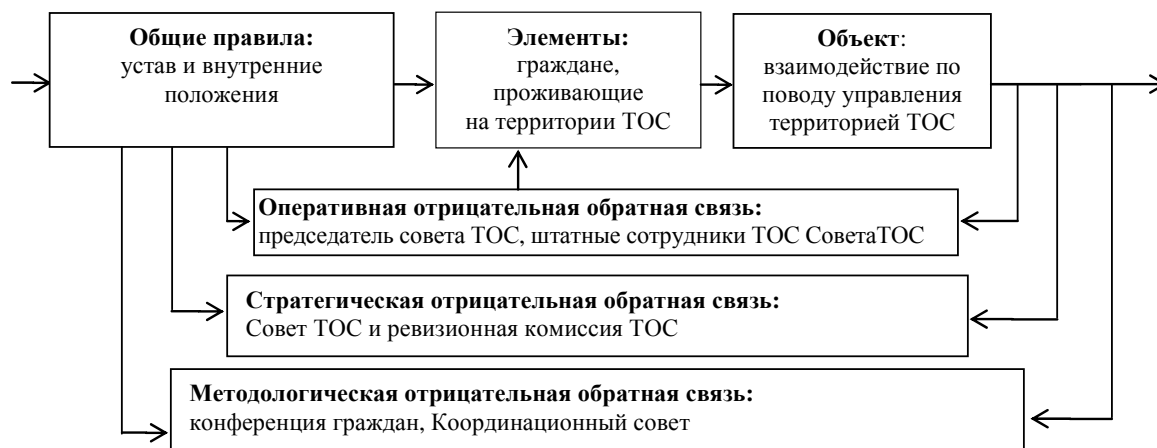


Рис. 2. Структурно-функциональная модель самоорганизующегося ТОС «Совет ТОС на Рождественских горках»

Совет по стратегии является постоянно действующим консультативно-координирующим органом, обеспечивающим согласование действий Совета ТОС, бизнеса, органов государственной и муниципальной власти, местного и городского сообществ, всех заинтересованных организаций, участвующих в стратегическом планировании ТОС.

Совет по стратегии усиливает методологическую обратную связь ТОС и делает её постояннодействующей, что способствует развитию ТОС.

Согласно действующему законодательству ТОС может быть без образования юридического лица. Соответственно ТОС «Совет ТОС на Рождественских горках» не является юридическим лицом. В этом случае для самоорганизующегося ТОС (не входящего в систему управления местной администрации) возникает проблема финансирования. ТОС, не являющийся юридическим лицом, может рассчитывать только на поступления в виде добровольных взносов граждан, проживающих на данной территории, и на договор между ТОС и органами местного самоуправления (обычно это местная администрация), т. е. на использование средств местного бюджета.

Добровольные взносы граждан являются очень слабой статьёй бюджета ТОС. Если ТОС не является юридическим лицом, то у него отсутствует как таковая бухгалтерия и финансовая отчётность, что усложняет сбор денежных средств и проверку их расходования. Кроме того у многих граждан может отсутствовать мотивация для оплаты взносов в ТОС.

Обязательное заключение договора с местной администрацией и лимиты средств, выделяемых из местного бюджета, ни федераль-

ными, ни региональными законами не регламентированы. Поэтому объем выделяемых средств будет зависеть от лояльности администрации города к такому самоорганизующемуся ТОС. Но даже если средства выделены из бюджета, они идут напрямую подрядчикам, а не в ТОС, так как ТОС, не являющийся юридическим лицом, не имеет расчётного счёта в банке.

В итоге финансово несостоятельный ТОС попадает в зависимость от местной администрации и, следовательно, должен проводить политику местной администрации за возможность получения средств из местного бюджета. Такая финансовая зависимость может привести к вырождению ТОС в элемент кибернетической системы административного управления.

Финансовая независимость ТОС от администрации города возникает в том случае, когда ТОС организуется как юридическое лицо, в частности как некоммерческая организация (некоммерческое партнёрство) с обязательной оплатой членских взносов и своим расчётным счётом в банке. Граждане, проживающие на территории ТОС, вносят ежегодные членские взносы, что определяет стабильную составляющую бюджета ТОС. Являясь финансово независимыми, подобные ТОСы на паритетных началах могут вести диалог и с местной администрацией, и с региональными органами власти.

Рассмотрим создание ТОС на территории многоквартирного дома. Это возможно, но представляется избыточным, так как согласно п. 2 ст. 161 Жилищного кодекса РФ собственники помещений в многоквартирном доме обязаны выбрать один из способов управления многоквартирным домом: непосредственное

управление собственниками помещений в многоквартирном доме; управление товариществом собственников жилья (ТСЖ); управление управляющей организацией [4, ст. 161]. В этом случае ТОС играет роль дублера.

Рассмотрим организацию ТОС на территории группы домов (это может быть несколько домов, квартал, жилой микрорайон, административный округ муниципального образования). В соответствии с формой управления и типом домов можно классифицировать следующих членов некоммерческого партнерства ТОС:

1. Жители многоквартирных домов, выбравших в качестве формы управления ТСЖ и/или непосредственное управление многоквартирным домом. Вопрос сбора членских взносов можно координировать через Совет дома решением общего собрания жильцов дома. Членские взносы могут оплачиваться из бюджета ТСЖ или многоквартирного дома с непосредственным управлением. Это эффективнее, чем собирать взносы с каждого жителя в отдельности.

2. Жители частных домов, входящие в ТОС, оплачивают членские взносы напрямую в некоммерческое партнерство. Хотя ТОС может помочь решить многие хозяйственные вопросы, но если частные дома не объединены в ТСЖ, то сбор членских взносов затруднителен. Поэтому согласно п. 2 ст. 136 Жилищного кодекса РФ целесообразно объединение таких частных домов в ТСЖ и уплата членских взносов в ТОС из бюджета ТСЖ.

3. Жители многоквартирных домов, выбравшие управление управляющей организацией. Управление управляющей организацией представляет собой кибернетическую систему управления, где дом – это объект управления, а управляющая организация – орган управления. Такая система противоречит самоорганизации граждан. Управляющая организация получает право распоряжаться бюджетом многоквартирного дома. Но цель управляющей организации – получение прибыли, следовательно, она не заинтересована выделять средства на ТОС. Жители также не заинтересованы платить взносы в ТОС, так как они фактически передали все вопросы содержания территории управляющей организации и выбрали пассивную гражданскую позицию.

Таким образом, вопрос распространения самоорганизующегося ТОС напрямую связан с вопросом распространения таких способов управления домами, как товарищество собственников жилья и непосредственное управление

собственниками помещений в многоквартирном доме (как самоорганизующихся систем).

Если ТОС объединяет группу домов, то оно уже не дублирует функции ТСЖ и непосредственного управления, а выполняет собственные задачи: открытие и ведение расчетных счетов для домов с непосредственным управлением; решение вопросов по содержанию жилищного фонда, благоустройству территории; представление интересов жителей домов в обслуживающих организациях, организациях-поставщиках коммунальных услуг; взаимодействие с органами государственной и муниципальной власти, политическими партиями. Для того чтобы отстаивать свои интересы в представительных органах власти ТОС может выдвигать своих депутатов.

Таким образом, размеры территории, охватываемой самоорганизующимся ТОС, должны зависеть от его экономической эффективности. В случае неэффективности ТОС дома должны иметь возможность отделиться от ТОС, организовать собственное ТОС или присоединиться к другому ТОС. Условием самоорганизации граждан является конкуренция между ТОСами, а условием конкуренции – свобода входа и выхода домов из ТОС, свобода организации новых ТОСов.

В настоящем исследовании рассмотрены два типа территориального общественного самоуправления – кибернетический и самоорганизующийся.

В ходе исследования выяснено, что действующего законодательства достаточно для организации ТОС самоорганизующегося типа на территории городского поселения.

Сегодняшнее ТОС Омска построено в соответствии с кибернетической моделью управления и напрямую подчинено администрации города, а не жителям. Что соответствует интересам управляющих организаций, органов государственной и муниципальной власти. Одним из основных препятствий распространения самоорганизующегося ТОС является преобладание кибернетической модели в управлении многоквартирными домами, т. е. управление управляющей организацией.

Создание, распространение и развитие ТОС самоорганизующегося типа будет зависеть от распространения самоорганизующихся форм управления домами, а именно ТСЖ и непосредственного управления собственниками помещений в многоквартирном доме. Но главное, что нужно для появления самоорганизующегося настоящего ТОС, чтобы жители домов заняли активную гражданскую позицию

по вопросам управления собственным домом, микрорайоном, округом.

1. Федеральный закон РФ от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ» // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

2. Положение о территориальном общественном самоуправлении в городе Омске от 7 ию-

ня 2006 г. № 366 (в ред. Решения Омского городского Совета от 28.09.2011 № 438) // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

3. ТОС «Рождественские горки» город Тверь. – URL : <http://www.tos-rg.tver.ru>.

4. Жилищный кодекс РФ от 29 декабря 2004 г. № 188-ФЗ (с изменениями от 30 ноября 2011 г.) // Правовая справочно-информационная система «КонсультантПлюс».

ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. № 3. С. 61–68.

УДК 001.895+330.3

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES

А.Б. Крутик, Л.В. Ильина

A.B. Krutik, L.V. Ilina

Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики

Рассматривается эволюционная теория экономики, которая порождает инновационное развитие предпринимательских структур; описывается структура инновационного потенциала и модель расчета индекса уровня инновационного развития.

In the offered article is considered an evolutionary theory of economics engendering the innovative development of enterprising structures; is described the structure of innovative potential and the model of calculation of an index of the level of innovative development.

Ключевые слова: инновации, инновационное развитие, инновационная активность, предпринимательская структура.

Key words: innovations, innovative development, innovative activity, enterprise structure.

В современных экономических условиях инновационное предпринимательство является одним из основных факторов, способствующих развитию и экономическому росту, внедрению научно-технических разработок для получения новой уникальной продукции (работ, услуг), отвечающей потребностям современного общества. В настоящее время все больше внимания уделяется инновационному развитию отдельных хозяйствующих субъектов, но приходит осознание того, что это важнейшая составляющая экономического развития страны в целом.

Инновационное развитие предпринимательских структур и территорий требует инновационного развития не только технической, но и организационно-экономической стороны их деятельности, так как в жесткой конкурентной среде важными факторами является готовность покупателя воспринять инновацию, а предприятию в кратчайший срок произвести оценку эффективности инновации, привлечь инвестиции, разработать и реализовать инновацию, получить максимальный финансовый эффект от ее реализации.

Для России развитие инновационного предпринимательства является актуальной про-

блемой, так как существует потребность в осуществлении научно-технического обновления и модернизации приоритетных сфер экономики. Российская экономика носит сырьевой характер, что отрицательно отражается на развитии и внедрении наукоемких технологий во многих отраслях. Внедрение научно-технических разработок на предприятиях способствует преодолению кризиса в российской экономике, что позволит более широко осуществлять и использовать достижения мировой практики. Это подтверждается большим количеством научных трудов, посвященных проблемам внедрения инноваций, а также наличием специализированных научно-практических журналов.

Прежде чем проанализировать основные проблемы и перспективы инновационного развития предпринимательских структур изучим понятийный аппарат, связанный с анализируемым явлением.

Понятие «инновации» как экономической категории ввел в научный оборот австрийский экономист Й. Шумпетер в 30-е гг. XX в. Затем было предложено множество других определений разными научными деятелями (см. таблицу). Рассмотрим некоторые из них.

Определения понятия «инновации» [1 с. 12–13]

Автор / источник	Определение
Й. Шумпетер	Инновация – любое возможное изменение, происходящее вследствие использования новых или усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции и т. п.
П.Ф. Дракер	Инновация – особый инструмент предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как шанс осуществить новый вид бизнеса или услуг
В.Л. Попов	Инновация (англ. <i>innovation</i>) — это внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованное рынком
А.Е. Карлик, М.Л. Шухгальтер	Инновация представляет результат комплексного процесса, состоящего из создания, разработки, коммерческого использования и распространения новшества, удовлетворяющего конкретную общественную потребность. В ходе этого процесса изобретение или идея приобретают экономическое содержание, новшество становится товаром и выступает на рынке в качестве объекта
Р.А. Фатхутдинов	Инновация – конечный результат внедрения новшества с целью изменения объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или другого вида эффекта
А.С. Пелих	Инновация (нововведение) – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности
Международный стандарт	Инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам
Большой толковый словарь бизнеса	Инновация – доведение до рынка результатов научных исследований и опытно-конструкторских разработок
Оксфордский толковый словарь	Инновация – любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего новатор или его компания получают преимущество перед конкурентами
Концепция областной инновационной политики РФ на 2010–2015 гг.	Инновации – нововведения в области техники, технологии, организации труда и управления, основанные на использовании достижений науки и передового опыта, направленные на совершенствование процесса деятельности или его результатов

На наш взгляд, определение П.Ф. Дракера точнее отражает суть классического определения Й. Шумпетера, одновременно подчеркивая необходимость практической реализации нового бизнеса или услуги, в качестве условия эффективности развития производства выступает предпринимательский фактор. Инновации и инновационная деятельность являются направлением научно-технического прогресса и процессом внедрения научных исследований и разработок в практику, которые серьезно повышают эффективность действующей системы.

Выделяются две основные причины появления инноваций: стремительное изменение потребностей человека и изменения во внешней среде, как следствие возникает необходимость адаптации во времени.

Инновация как экономическая категория выполняет две основные функции [2, с. 15]:

- 1) воспроизводственная – инновация представляет собой важный источник финансирования расширенного воспроизводства;
- 2) стимулирующая функция реализуется через получение предпринимателем прибыли от реализации инноваций. Это служит стимулом для предпринимателя к новым инновациям.

Инновационная деятельность – процесс, направленный на реализацию результатов законченных научных исследований и разработок либо иных научно-технических достижений в новом или усовершенствованном продукте, реализуемом на рынке, в новом или усовершенствованном технологическом процессе, используемом в практической деятельности, а также связанные с эти дополнительные

ные научные исследования и разработки [3, с. 11]. Инновационная деятельность предприятия – это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента и улучшения качества продукции и услуг, совершенствования технологий и организации их производства.

Инновационная деятельность предприятия направлена на использование опытно-конструкторских разработок и научных исследований для улучшения финансовых показателей деятельности (получение прибыли), повышения конкурентоспособности на основе расширения и обновления номенклатуры выпускаемой продукции (работ, услуг) и улучшения ее качества, совершенствования технологии изготовления и организации их производства. Так как главной целью любого предприятия является успех, поэтому главная цель инновационной деятельности предприятия – обеспечение конкурентоспособности в условиях развивающегося рынка.

Обзор теоретических основ изучения инновационной деятельности позволяет сделать вывод о том, что инновационное развитие предпринимательских структур (предприятий) наиболее правильно рассматривать с точки зрения эволюционной теории, так как эволюция является формой развития.

Эволюционная теория – направление (гетеродоксальное) в экономической теории, опирающееся на привнесение в экономические исследования свойственных современной эволюционной биологии методологических подходов и рассмотрение процесса хозяйственных изменений в терминах «естественного отбора» среди популяции субъектов (фирм и других организаций) [4].

В качестве самостоятельной научной школы эволюционная теория оформилась в середине 80-х гг. XX в., это свершилось после опубликования книги Р. Нельсона и С. Уинтера «Эволюционная теория экономических изменений» [5]. Однако эволюционный принцип в экономической науке своими корнями уходит к А. Смиту, Т. Мальтусу. Также идеи эволюционизма прослеживаются в трудах А. Маршалла, И. Шумпетера, Т. Веблена, Ф. Хайека.

Сторонники рассматриваемой эволюционной теории говорят об эволюции (развитии) деятельности предприятий, сравнивая их с эволюцией биологических систем Ч. Дарвина. Таким образом, под предприятием понимается «живая» система, проходящая в своем развитии экономический «естественный отбор». Предприятия в процессе взаимодействия на

рынке вырабатывают опыт и навыки поведения в определенных ситуациях, которые помогают им выживать в условиях рыночной конкуренции. Основным фактором выживания на рынке является инновационная активность предприятий, по мнению основоположника эволюционной теории экономики Й. Шумпетера.

Следует отметить, что при изучении инновационного развития предприятий необходимо рассматривать различные подходы экономических теорий. Например, с позиции эволюционной теории экономические субъекты меняются во времени, однако базовые неоклассические теории утверждают, что субъекты остаются неизменными в рамках описываемых процессов. На наш взгляд, в современных условиях наиболее актуальным и приемлемым является применение эволюционного подхода, так как он объясняет качественную природу инновационного развития предпринимательских структур (предприятия). Предпринимательские структуры необходимо тщательно изучать, так как этому социально-экономическому явлению необходимо определить место в системе экономических взаимодействий. В сложившейся экономической ситуации необходимо особое внимание уделять интеллектуальному предпринимательству, так как образуемая взаимосвязь интеллекта и конкурентоспособности становится движущей силой инновационной деятельности.

Интеллектуальные ресурсы предприятия можно рассматривать как инновационные, следовательно, инвестиции на развитие интеллектуальных ресурсов (нематериальных активов), равны инвестициям для расширения научно-технического потенциала предпринимательской структуры (предприятия).

Развитие предпринимательства в направлении повышения уровня интеллектуальной инновационной деятельности возможно только при активизации всего комплекса инновационно-инвестиционного процесса.

Предпосылки развития инновационной деятельности (рис. 1) [6, с. 142].

Предприятие может развивать и осуществлять различные виды инновационной деятельности, это зависит от размеров производства, ресурсов, имеющихся на предприятии, характера продукции и традиционных форм организации научно-технической деятельности в отрасли.

Каждое инновационно-активное предприятие, занимающееся внедрением инноваций, имеет как минимум три-четыре цели. При этом основные цели, которые преследует иннова-

ционно-активное предприятие это улучшение качества выпускаемой продукции (оказываемых услуг) и расширение ассортимента выпускаемой продукции (услуг, работ).

Инновационная система предприятия формирует необходимые условия роста потенциала предпринимательской структуры – управление созданием и освоением в циклическом процессе воспроизводства производственно-технологических и управленческих нововведений.

Инновационная деятельность предпринимательской структуры сферы обслуживания направлена на использование опытно-конструкторских разработок и научных исследований для улучшения финансовых показателей деятельности, повышения конкурентоспособности на основе расширения и обновления номенклатуры выпускаемой продукции (работ, услуг) и улучшения ее качества, совершенствования технологии изготовления и организации их производства.



Рис. 1. Предпосылки развития инновационной деятельности

Инновационная деятельность базируется на таких основных принципах, как приоритет инновационного производства над традиционным, эффективность инновационного производства и адаптивность. Принцип приоритета инновационного производства над традиционным проявляется в признании за научной деятельностью ведущей роли в системе производственных сил. Принцип эффективности инновационного производства – ресурсы, выделяемые на нововведения, оправданы только в той степени, в которой они приводят к достижению коммерческого успеха, хотя бы и отдаленного. Принцип адаптивности – необхо-

димось и целесообразность создания под новую идею или изобретение самостоятельной организационной структуры, которая может быть абсолютно непригодной для решения других задач [1, с. 26].

Необходимым условием роста потенциала предпринимательской структуры является управление созданием и освоением производственно-технологических и управленческих нововведений, а основой формирования благоприятных условий роста выступает инновационная система предприятий. Структура инновационного потенциала предпринимательства представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структура инновационного потенциала предпринимательства

Инновационная активность предприятий определяется научно-техническим потенциалом, он является составной частью инновационного потенциала. Показатели научно-технического потенциала предприятия [1, с. 25]:

1. Кадровые показатели. Количество научно-технических специалистов, их квалификационный уровень, опыт работы, готовность к разработкам и внедрению нового и восприимчивость к нововведениям.

2. Материально-технические показатели. Уровень оснащенности рабочих мест оборудованием, необходимыми расходными материалами, приборами, ЭВМ, величина затрат на научно-исследовательские и опытно конструкторские работы.

3. Научно-техническая информация, ее уровень развития и потенциальные возможности. Степень обеспеченности специалистов необходимой современной научно-технической информацией.

4. Организационно-управленческие показатели. Эти показатели отражают состояние планирования и управления в сфере НИОКР.

5. Инновационные показатели. Указывается количество открытий и изобретений за анализируемый период времени, число полученных патентов на изобретения, лицензий на определенные виды опытно-испытательных работ и др.

6. Обобщающие показатели, отражающие количество осуществленных за анализируемый период времени научно-технических мероприятий, рост производительности труда и снижение себестоимости продукции за счет проведения научно-технических мероприятий.

При осуществлении инновационной деятельности предприятие сталкивается с рядом проблем. 80 % проблем, с которыми сталкивается предприятие, решаются обыденными способами и для решения 20 % проблем необходимо применять методики, основанные на управленческих инновационных изменениях в системе управления предприятием. Инновационные проблемные ситуации могут возникать при осуществлении основных функций управления: планировании, прогнозировании, анализе, организации, регулировании, учете, контроле, моти-

вазии. Инновационные проблемные ситуации являются актуальными, они требуют быстрого разрешения, имеют стратегический характер.

Необходимым условием роста потенциала предпринимательской структуры является управление созданием и усвоением в циклическом процессе воспроизводства производственно-технологических и управленческих нововведений, а основой формирования таких условий роста выступает инновационная система предприятий [7, с. 48].

Изучение инновационной деятельности предполагает наличие соответствующей методики оценки уровней инновационного развития. Предложим методику оценки инновационного развития предприятия, которая позволяет определить уровень развития каждого предприятия. В результате использования данной методики можно определить инновационное развитие предприятий в отдельной отрасли, на рынках определенных товаров, среди основных конкурентов и т. д., что позволит выработать верную стратегию инновационного развития предприятия.

При расчете индекса уровня инновационного развития используются такие показатели как:

$$I_{ин.развит.} = \frac{I_{расход.} \times n1 + I_{прод.} \times n2 + I_{соб.ср.} \times n3 + I_{нов.тех.} \times n4 + I_{ур.образ.} \times n5 + I_{соб.разраб.} \times n6}{n1+n2+n3+n4+n5+n6}$$

Расчет индекса инновационного развития предприятия предлагаемым методом способствует проведению сравнительного анализа между инновационным развитием отдельных предприятий в анализируемой отрасли. Проведение такого сравнения способствует формированию стратегии инновационного развития. Также следует помнить о том, что чем выше значение индекса инновационного развития, тем более конкурентоспособно предприятие на рынке.

Каждое предприятие может самостоятельно проводить расчет индекса инновационного развития, для формирования стратегии по завоеванию рынка, определения своей позиции на рынке по сравнению с конкурентами. Менеджер высшего звена может с помощью составляющих индекса инновационного развития определить слабые и сильные стороны для своего предприятия в инновационной деятельности. Расчет индекса по периодам и сравнение его изменения в динамике позволяет руководителю определить тенденции и закономерности его изменения, а также причины, по которым это происходит, благодаря этому можно вносить соответствующие изменения в стратегию деятельности предприятия.

– индекс расходов на инновационную деятельность (*I_{расход.}*);

– индекс числа инновационных продуктов (*I_{прод.}*);

– индекс собственных средств, выделяемых на инновационную деятельность (*I_{соб.ср.}*);

– индекс применяемой новой техники и технологии на предприятии (*I_{нов.тех.}*);

– индекс уровня образования персонала (*I_{ур.образ.}*);

– индекс числа применяемых собственных разработок (*I_{соб.разраб.}*).

На наш взгляд, для более точного определения индекса инновационного развития предприятия необходимо использовать формулу средневзвешенной величины, так как среднеарифметическое не учитывает веса (значимости) каждого составляющего показателя. Для определения значимости (веса) каждого показателя необходимо прибегнуть к методу экспертных оценок. Следует отметить, что для каждой анализируемой отрасли вес (*n_i*) показателя будет иным.

Таким образом, индекс инновационного развития предприятия определяется по формуле:

Усложнение производственных процессов, повышение наукоемкости выпускаемой продукции стимулируют повышение требований к содержанию предпринимательской политики, стратегии и тактики, к качеству менеджмента. Поэтому инновационная стратегия является ключевым звеном в организационной стратегии. Главная функция инновационной стратегии заключается в определении основных долгосрочных направлений научных разработок, внедрения нововведений, обеспечение ресурсами для достижения поставленных целей.

При определении инновационной стратегии необходимо учитывать явления «гиперконкуренции». Этот термин использует Ричард Д'Авени, разработавший модель (так называемые «7 S»), позволяющую учесть те аспекты, которые влияют на процесс управления инновациями:

S1 – лучшее удовлетворение заинтересованных сторон (Superior Stakeholders Satisfaction);

S2 – стратегическое прогнозирование (Strategic Soothsaying);

S3 – скорость (Speed);

S4 – неожиданность (Surprise);

S5 – изменение правил конкуренции (Shifting Rules of Competition);

S6 – сигнализация (толчок к осуществлению) стратегических целей (Signaling Strategic Intent);

S7 – совместное и последовательное стратегическое противодействие (Simultaneous and Segquential Strategic Thrusts) [8, с. 59].

Направления гиперконкуренции:

1. Цена и качество. На рынке разворачивается конкуренция за соблюдение уровня качества и цены. Используются аспекты S1, S3.

2. Выбор момента изменений и ноу-хау. Используются технологические достижения для производства без применения копирования и товаров-заменителей. Используются аспекты S2, S3, S4.

3. Вторжение. Применение мер защиты и борьбы регионального рынка, сферы деятельности, сегмента от вторжения конкурентов. Используются аспекты S6, S7.

4. Использование финансовых ресурсов. Борьба крупных компаний с мелким предпринимательством, прибегая к использованию своих значительных ресурсов. Поэтому малым предприятиям оказывается государственная поддержка в развитии экономической деятельности. Применяются аспекты S5, S7.

В книге Ш. Брауна и К. Айзенхардта «Конкуренция на грани: стратегия как структурный хаос» отмечено, что стратегия представляет собой разноплановое, динамичное и сложное явление, а достигаемое преимущество всегда является временным.

Для реализации стратегии разрабатываются конкурентные временные планы, программы и проекты развития, которые преследуют цель эффективного распределения и использования ресурсов.

Эффект инновационной деятельности предприятия с точки зрения его конкурентоспособности имеет три составляющие [9, с. 40]:

– повышение конкурентоспособности товара (работы, услуг), создающее конкурентные преимущества на ближайшую и среднесрочную перспективу;

– привитие новых потребностей, создающее конкурентные преимущества на отдаленную перспективу;

– повышение эффективности производства, трансформирующее конкурентоспособность товарной массы в конкурентоспособность предприятия.

Степень использования в производимой продукции передовых научно-технических решений определяет техническое совершенство

во товаров (работ, услуг) и как следствие – конкурентоспособность предприятия. В частности, в качестве конкурентоспособного товара может выступать интеллектуальная деятельность, патентная чистота, результат которой выражается в нематериальной форме. Некоторые разработчики результаты своей деятельности оставляют в тайне, т. е. придают им статус ноу-хау. Повышает уровень конкурентоспособности предприятия любое инновационное открытие, которое применяется в деятельности предприятия.

В целях повышения конкурентоспособности предпринимательских структур, особенно в условиях мирового финансово-экономического кризиса, необходимо развивать систему технопарков и бизнес-инкубаторов, а также другие элементы инфраструктуры малого предпринимательства. Именно малое и среднее предпринимательство, занимающееся инновационной деятельностью, должно стать стимулом экономического роста.

Инновационная деятельность связана с большим риском. Риск в инновационной деятельности определяется как вероятность потерь, возникающих при вложении средств в производство и реализацию новых товаров (работ, услуг), в разработку новой техники и технологий, которые могут не найти ожидаемого числа потребителей; а также риск возникает при вложении средств в разработку управленческих инноваций, которые не принесут ожидаемого эффекта. Основным риском является финансовый риск предприятия и инвестора, который может возникнуть в случае неудачного завершения инновационно-инвестиционного проекта независимо от причины.

Риск присущ любой инновационной деятельности в различных отраслях экономики, и для успеха предприятие обязано знать не только возможные риски и методы уклонения, оно должно уметь проводить правильную обоснованную инновационную деятельность, которая способна повышать уровень конкурентоспособности и рост экономической независимости предприятия.

Таким образом, можно сформулировать следующие выводы: в теории изучения инновационного развития предпринимательских структур целесообразнее опираться на положения теории эволюционной экономики, но не следует пренебрегать и положениями классической и неоклассической экономической теории. Уровень инновационного развития предприятия можно оценивать с помощью формулы средневзвешенных величин, результаты кото-

рой позволят руководителям применять адекватные стратегии развития, способствующие росту конкурентоспособности как отдельного предприятия, ведущего предпринимательскую деятельность, так и российского инновационного предпринимательства в целом.

1. *Ильина Л. В.* Организационно-экономический механизм обеспечения инновационного развития предприятий сферы услуг : научное пособие / под ред. А. Б. Крутика. – СПб. : Астерион, 2011. – 55 с.

2. *Карлик А. Е., Шухгальтер М. Л.* Экономика предприятия : учебник. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 432 с.

3. *Попов В. Л.* Управление инновационными проектами : учеб. пособие. – М. : ИНФРА-М, 2007. – 336 с.

4. Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия. – URL : <http://www.megabook.ru>.

5. *Нельсон Р., Уинтер С.* Эволюционная теория экономических изменений. – М. : Дело, 2002. – 536 с.

6. *Попков В. П., Марков М. М., Олейник Н. М.* Принципы и методы создания конкурентоспособных предпринимательских структур на основе нововведений. – СПб. : Астерион, 2009. – 168 с.

7. *Крутик А. Б.* Управление инновациями в сервисе : учеб. пособие (для магистров). – СПб. : Астерион, 2011. – 240 с.

8. *Новиков В. С.* Инновации в туризме : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издат. центр «Академия», 2008. – 208 с.

9. *Крутик А. Б., Головкин П. В.* Механизм конкуренции и пути достижения экономической устойчивости предпринимательской структуры : монография. – СПб. : Астерион, 2010. – 180 с.

КОНКУРЕНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СИСТЕМЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

COMPETITIVE BEHAVIOUR IN THE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY SYSTEM

А.Л. Карпов

A.L. Karpov

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Автор рассматривает предпосылки конкурентного поведения предпринимательских структур и на их основе выделяет два типа конкурентных действий. Инновационный характер предпринимательской деятельности является основой активных действий, направленных на создание уникальной рыночной позиции предпринимательской структуры. Риск и неопределенность предпринимательской деятельности определяют выбор пассивных действий, которые направлены на сохранение достигнутых позиций на рынке без существенных изменений продукции, технологии и методов ведения бизнеса.

The author considers competitive behavior preconditions of enterprise structures and on their basis allocates two types of competitive actions. Innovative character of enterprise activity is a basis of the active actions directed on the unique market position of enterprise structure creation. The risk and uncertainty of enterprise activity define the passive actions choice, which directed on preservation of the reached market positions without essential changes of production, technology and business dealing methods.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентное поведение, предпринимательство.

Key words: competition, competitive behavior, entrepreneurship.

На сегодняшний день практически в каждом определении предпринимательства и предпринимательской деятельности можно встретить слова о необходимости инновационной идеи, о несении рисков предпринимателем [1]. Экономическая сущность предпринимательства в том и состоит, что оно должно привнести что-то новое. Здесь подразумевается изобретение абсолютно нового продукта, выход на другой рынок, новая комбинация факторов производства и любое другое креативное движение, саморазвитие предпринимательской структуры. Риск, в свою очередь, обусловлен фактором неопределенности, присутствующим в хозяйственной жизни. От него невозможно избавиться, можно только постараться минимизировать.

Инновационный характер и риск предпринимательской деятельности определяют особое место предпринимателя и его конкурентное поведение в экономической системе.

Инновационный характер предпринимательской деятельности.

Значительный вклад в становление теории предпринимательства внес французский ученый Жан Батист Сэй (1762–1832), который изложил свою точку зрения на сущность и функции предпринимательства в «Трактате поли-

тической экономии» (1803). Как известно, Сэй был приверженцем Адама Смита. Именно он перевел книгу А. Смита о богатстве народов на французский язык. Вместе с тем его личный вклад в экономическую мысль, а именно разработка концепции о предпринимателе и предпринимательстве, лежит вне сферы классической экономики. Классическая экономика оптимизирует то, что уже существует. Позднее такие авторы, как Ж.Б. Сэй, Шумпетер утверждали, что нормой здоровой экономики, главной реальностью экономической теории и практики является не равновесие или оптимизация, а динамическое неравновесие, вызванное деятельностью новатора-предпринимателя.

Ж.Б. Сэй разработал теорию факторов производства (земля, труд, капитал) и уделил большое внимание предпринимательству, которое осуществляется посредством постоянного комбинирования этих факторов. При этом предприниматель «перетаскивает» ресурсы из сферы низкой производительности и прибыльности в сферу, где они могут дать наибольший результат. Ученый подчеркивал инновационный характер предпринимательства, связанный с необходимостью создания новых комбинаций факторов производства, поиска новых-

возможностей для достижения наилучших результатов.

Первым крупным экономистом, обратившимся к идеям Сэя, был Й. Шумпетер (1883–1950), известный американский экономист австрийского происхождения. Он стал рассматривать предпринимательство не как обычную, осуществляемую на свой риск хозяйственную деятельность, а с принципиально иных позиций. В 1911 г. увидела свет его работа «Теория экономического развития», которая явилась основой учения о предпринимательстве как инновационной деятельности.

Изучая закономерности общественного прогресса, Й. Шумпетер приходит к выводу, что движущей силой экономического развития является предприниматель, деятельность которого «заключается в создании и воплощении новых комбинаций факторов производства» [2, с. 169]. Следствием новых комбинаций является нововведение, инновация. Предприниматель в такой ситуации призван «делать не то, что делают другие» и «делать не так, как делают другие» [2, с. 170]. Само понятие «осуществление новых комбинаций», по Шумпетеру, охватывает следующие 5 случаев:

1. Изготовление нового, т. е. ещё неизвестного потребителям блага или создание нового качества того или иного блага.

2. Внедрение нового, т. е. в данной отрасли промышленности ещё практически неизвестного, метода (способа) производства, в основе которого необязательно лежит новое научное открытие и который может заключаться также в новом способе коммерческого использования соответствующего товара.

3. Освоение нового рынка сбыта, т. е. такого рынка, на котором до сих пор данная отрасль промышленности этой страны не была представлена, независимо от того, существовал этот рынок прежде или нет.

4. Получение нового источника сырья или полуфабрикатов, равным образом независимо от того, существовал этот источник прежде, или просто не принимался во внимание, или считался недоступным, или его ещё только предстоит создать.

5. Проведение соответствующей реорганизации, например, обеспечение монопольного положения (посредством создания треста) или подрыв монопольного положения другого предприятия [2, с. 159].

Мотивы предпринимательства, которые и заставляют людей изобретать новшества, осуществлять новые комбинации, Шумпетер подразделяет на 3 группы: «Прежде всего, это мечта и воля основать свою частную империю и в

большинстве случаев, хотя и не всегда, – свою династию. ...Вторая группа мотивов связана с волей к победе. Сюда входит, с одной стороны, желание борьбы и, с другой – стремление к успеху ради успеха. ...Наконец, третья группа мотивов связана с радостью творчества, которая проявляется и в других случаях, но только здесь становится определяющим моментом поведения. Это и просто удовольствие, получаемое от работы...» [2, с. 193]. По Й. Шумпетеру, предприниматель не обязательно физическое лицо, им может быть и группа лиц; предприниматель не обязательно собственник, в этом качестве способен выступить и менеджер. К тому же предпринимательский статус непостоянен, субъект рыночной экономики является предпринимателем только тогда, когда он осуществляет функции инноватора, и утрачивает этот статус, когда скоро переводит свое дело на рельсы рутинного процесса.

Содержательной стороной функционирования субъекта могут быть любые нововведения, главным является условие, чтобы все это приводило к получению прибыли, превышающей среднюю прибыль других предпринимательских структур, работающих в данной сфере деятельности. Естественно, что данный процесс ограничен для каждого хозяйствующего субъекта во времени. В силу наличия конкуренции одна единственная предпринимательская структура не может долгое время на рынке иметь устойчивую сверхприбыль. Любыми возможными способами произойдет переток ресурсов, и средняя прибыль уравнивается. Реализация предпринимательской функции прекращается до возникновения новой. Таким образом, по Й. Шумпетеру, предприниматели это не совокупность хозяйствующих субъектов, не какой-либо отдельный класс или профессия, а именно функция, периодически осуществляемая разными субъектами [3]. В каждой хозяйственной сфере деятельности она то возникает, то исчезает, сменяясь обычным хозяйственным процессом. Но только то время пока она существует, предприниматели и занимаются предпринимательской деятельностью. Из работ Й. Шумпетера следует, что инновационность является имманентным свойством предпринимательства, а критериями успеха, эффективностью предпринимательских проектов является предпринимательская сверхприбыль. При этом сама прибыль не является самоцелью предпринимателя. Шумпетеровским «предпринимателям» как бы тесно в условиях нормального кругооборота, они не находят выход своей энергии. В результате «предприниматели» в конечном счете стремятся найти самореализа-

цию, в том числе и в экономике, что находит своё конкретное выражение в осуществлении ими новых комбинаций. А внедрение нового – дело сложное, и оно связано с преодолением целого ряда препятствий: административных, технологических, экономических.

Взгляд на предпринимателя как на новатора, феномен общественного развития, впервые предложенный Й. Шумпетером, стал своеобразным фундаментом теории предпринимательства.

Во второй половине XX в. теорию инновационного предпринимательства развивал американский ученый П. Друкер. Его труды имеют большое теоретическое значение. Друкер является основателем современного менеджмента. Он в своих работах подчеркивал практический и интуитивный характер предпринимательской деятельности, полагая, что «науку предпринимательства» создать невозможно, ибо каждый предприниматель сталкивается с уникальным набором экономических и психологических факторов. По его мнению, принципиальное отличие предпринимательства от других форм бизнеса состоит в том, что оно должно опираться на целенаправленную инновационную политику, предприниматели должны создавать новые рынки и находить новых покупателей, формируя новые сегменты рынка. По мнению П. Друкера, главным инструментом предпринимателя являются нововведения: «Предпринимателей отличает инновационный тип мышления. Инновационность – особый инструмент предпринимательства. Само предпринимательство как действие направлено на то, чтобы вдохнуть в имеющиеся ресурсы новые свойства с целью создания благ. ...более того, в ходе нововведений создается ресурс» [4, с. 41], и от того, насколько грамотно и продуманно применяет инновации предприниматель, зависит успех его начинания. Причем Друкер отмечает, что «нововведения совсем не обязательно должны быть техническими или вещественными», намекая на огромное значение для экономики различных социальных нововведений: «Немногие чисто технические нововведения можно сравнить по силе воздействия с такими социальными нововведениями, как издание современных газет и страхование. А система покупки товаров в рассрочку произвела настоящий экономический переворот» [4, с. 43]. Автор делает вывод о том, что инновация является скорее экономическим или социальным понятием, нежели техническим. В книге «Инновации и предпринимательство. Практика и принципы» Друкер обосновывает необходимость к переходу к так

называемому «предпринимательскому обществу». Основой такого общества становится инновационная деятельность.

По Друкеру, предприятиям предпринимательского типа необходимо следовать трем общим принципам: постоянное усовершенствование выпускаемых товаров и услуг, максимальное использование знаний и систематическая инновационная деятельность. Автор подчеркивает, что предпринимателям необходимо научиться осуществлять инновационные решения на систематической основе. В связи с этим он выделяет семь источников инновационных идей [4, с. 48–49]:

- 1) неожиданное событие (неожиданный успех, неудача, внешнее событие);
- 2) неконгруэнтность – несоответствие между реальностью, какой она есть на самом деле, и нашими представлениями о ней;
- 3) нововведения, основанные на потребности процесса (под потребностью процесса здесь следует иметь в виду те его недостатки и «слабые места», которые могут и должны быть устранены);
- 4) внезапные изменения в структуре отрасли или рынка;
- 5) демографические изменения;
- 6) изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках;
- 7) новые знания (как научные, так и ненаучные).

Первые четыре источника можно отнести к внутренним, они находятся в рамках предприятия, в пределах отрасли или сферы услуг. Следующие три источника можно назвать внешними, так как они имеют свое происхождение вне данного предприятия или отрасли. Границы между этими семью источниками инновационных идей размыты, более того, эти источники часто перекрывают друг друга.

Таким образом, необходимым условием развития предпринимательства является реализация инновационных решений. Не пассивное равновесие, а активное конкурентное поведение приводит хозяйственную систему в движение. Благодаря этому совершенствуются технологии производства, повышается качество продуктов, расширяется рынок сбыта, увеличивается ассортимент товаров.

Риск и неопределенность в предпринимательской деятельности.

Понятие предпринимательского риска получает свое развитие в XVII в., когда предпринимателем стали называть человека, заключившего с государством контракт на выполнение работ или на поставку определенной продукции. Поскольку стоимость контракта

оговаривалась заранее, размеры прибыли или убытков определялись исключительно удачностью самих предпринимателей [5, с. 20].

Попытку синтезировать основанную на неисчислимом риске теорию предпринимательства предпринял американский экономист Фрэнк Хейнеман Найт (1885–1972). Предпринимателем, по Найту, является человек, принимающий на себя неопределенность и избавляющийся от нее своих контрагентов. В связи с этим автор выделяет следующую двоякую функцию предпринимателя: «...осуществление ответственного контроля и страхование собственников производственных услуг от неопределенности и случайных колебаний их доходов» [6, с. 265]. Для реализации этой функции предпринимателю требуются специфические личные качества, прежде всего интуиция.

Найт вводит в оборот понятия исчисляемого и неисчисляемого риска. Исчисляемый риск (или просто риск, по Найту) предполагает некий набор исходов, для которого существует объективно определяемое распределение вероятностей. Такой риск вполне может быть застрахован и включен в «постоянные издержки отрасли», которые учитываются в цене продукта, как и другие издержки производства, как иллюстрацию Найт приводит пример с взрывающимися бутылками шампанского, которые с одинаковой вероятностью взрываются у всех производителей, и эти издержки учитываются в конечной цене продукта [6, с. 243]. Неизменяемый же риск или неопределенность является основной чертой предпринимательской деятельности, так как неопределенность невозможно определить математическими или статистическими методами. Найт пишет: «...неопределенность знания, на основе которого мы действуем, порождает определенные ошибки в наших оценках тех, кого мы избираем в качестве авторитетов и чьим суждениям следуем» [6, с. 275]. В этом основная суть предпринимательства – готовность принять на себя неопределенность, т. е. принимать решения, не зная определенно их последствий. По Найту, такой риск проявляется в двух областях: в области производства, когда очень сложно определить удастся ли произвести желаемый объем продукции из имеющихся ресурсов, и в области прогнозирования спроса на выпускаемую продукцию, включая и ценообразование. Предприниматель не знает заранее сколько удастся произвести продукции и по каким ценам она будет продана, при том, что должен заранее расплатиться с собственниками факторов производства, например с поставщиками или ра-

ботниками. Способность принять и оценивать неопределенность является по Найту основной чертой предпринимательской деятельности, самой сущностью предпринимательства.

Другие авторы – Р. Хизрич и М. Питерс – указывают на присутствие не только финансового риска в сфере предпринимательства, но и психологического, и социального: «...практически все предложенные в последнее время определения предпринимателя отмечают такую черту, как готовность к риску. Действительно, умение рисковать – будь то в финансовом, социальном и психологическом плане, является частью процесса предпринимательства» [5, с. 104], «...жизнь человека, который решает начать собственное дело, полна надежд, разочарований, беспокойств и упорного труда. При этом вероятность потерпеть неудачу очень велика – не будет спроса, слишком сильной окажется конкуренция или просто не удастся заручиться необходимой финансовой поддержкой. Финансовый и эмоциональный риск, связанный с открытием собственного дела, очень и очень высок» [5, с. 26].

Однако стоит заметить, что позиции различных авторов относительно проблемы риска в осуществлении предпринимательской деятельности существенно отличаются. Можно привести пример – позицию П.Ф. Друкера, который в книге «Рынок: как выйти в лидеры: практика и принципы» говорит о различной степени риска в различных областях предпринимательской деятельности. Он пишет: «Считается, что предпринимательство связано с огромным риском. Действительно, в такой четко выраженной области нововведений, как высокая технология (например, производство микро-ЭВМ или биогенетика), степень риска весьма велика, а шансы на успех или просто на выживание достаточно низки. ...Однако в других отраслях даже при умеренном уровне успеха прибыль бывает более чем достаточна для того, чтобы компенсировать любую степень риска. ...Теоретически предпринимательство – наименее, а не наиболее, рискованное направление в экономической политике» [4, с. 39–40]. Также Друкер считает, что предпринимательство может оказаться рискованным только потому, «что очень многие так называемые предприниматели не обладают достаточной компетентностью. У них отсутствует методология, и они не в ладах с элементарными, хорошо известными правилами» [4, с. 41].

Таким образом, существуют различные точки зрения на присутствие риска и неопределенности в сфере предпринимательской дея-

тельности. Однако с развитием институциональной теории в последнее время всё больше ученых-экономистов утверждает обязательное, неисключаемое наличие неопределенности в хозяйственной жизни в силу различных факторов (ограниченные когнитивные способности людей, ограниченная рациональность и т. д.). Стоит отметить, что в трансформационный период неопределенность возрастает в связи с коренными преобразованиями экономической системы. И, конечно, это приводит к увеличению рисков, которые берут на себя предприниматели.

Конкурентное поведение предпринимательских структур.

Инновационный характер предпринимательской деятельности и риск определяют два типа конкурентного поведения предпринимательских структур.

Инновационный мотив в предпринимательской деятельности является стимулом активных действий. Активными действиями предприниматель атакует ограничения внешней среды, проникает далеко за пределы исходного конкурентного пространства. Преимуществом активных действий является то, что такая стратегия направлена на создание уникальной рыночной позиции, которая обеспечивает устойчивое конкурентное преимущество над соперниками. Для этого типа конкурентного поведения характерна ориентация на инновационный путь развития, т. е. на создание новых качественных характеристик или абсолютно нового товара, разработку новых технологий, использование нестандартных для данного рынка каналов и методов сбыта и прочее. Такой тип конкурентного поведения является наиболее перспективным в условиях развитых рыночных отношений. Однако, производя активные действия, предпринимательская структура обычно быстро расходует ресурсы, и, чтобы сохранить скорость и энергию движения, ей необходимо иметь постоянные источники и регулярно пополнять ресурсы.

Риск и неопределенность определяют выбор пассивных действий предпринимателя. Пассивными действиями предпринимательская структура адаптируется к внешним условиям, оптимизирует свою внутреннюю структуру. Пассивные действия предпринимательской структуры направлены на сохранение достигнутых позиций на рынке без существенных изменений продукции, технологии и методов ведения бизнеса. Средствами удержания позиции служит повышение операционной эффективности, лимитирующее ценообразование, незначительное улучшение качества, видоизмене-

ние ассортимента товаров или услуг и другие методы. Преимуществом пассивных действий является прежде всего экономия и накопление ресурсов, накопление рыночного опыта и усвоение информации. Недостатком является то, что преобладание данного типа конкурентного поведения в определенной отрасли может привести к существенному ухудшению положения предпринимательской структуры как в данной отрасли, так и в связанных и зависимых отраслях. Пассивные улучшения обычно легко копируются другими конкурентами в отрасли. По мере того, как компании копируют друг у друга усовершенствования в качестве, временных циклах или партнерстве с поставщиками, стратегии становятся всё более схожими и конкуренция превращается в соревнование одинаковых способов ведения бизнеса. В этих условиях ни один из участников рынка не в состоянии осуществить конкурентный прорыв, что приводит лишь к ухудшению положения отрасли и является симптомом её устаревания.

Активные действия результативны, но за длительный период они изматывают предприятие. Злоупотреблять пассивным развитием также нельзя, так как всегда найдется конкурент, который пожелает перейти к быстрым и агрессивным действиям. Необходимо постоянно менять активные и пассивные действия, извлекая из каждого этапа развития максимальную пользу.

1. Подробно представления о предпринимательстве рассмотрено в: *Карнов А. Л.* Эволюция представлений о предпринимательстве и научные предпосылки конкурентного пространства // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2011. – № 4. – С. 36–42.

2. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / пер. с нем. В. С. Автономова и др.; общ. ред. А. Г. Милейковского. – М.: Прогресс, 1982.

3. *Колоколов В. А., Тутов В. А.* Креативное предпринимательство // Современные наукоемкие технологии. – 2007. – № 5; URL : http://www.rae.ru/snt/pdf/2007/05/2007_05_51.pdf.

4. *Друкер П. Ф.* Рынок: как выйти в лидеры: практика и принципы. – М., 1992.

5. *Хизрич Р., Питерс М.* Предпринимательство или как завести свое собственное дело и добиться успеха. – М.: Прогресс-Универс, 1992. – Вып. 1.

6. *Найт Ф. Х.* Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Дело, 2003.

РИСК-СТРАТЕГИИ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА: УСЛОВИЯ, ПРИОРИТЕТЫ, СЦЕНАРИИ

RISK STRATEGIES OF MEDIUM-SIZED AND SMALL BUSINESS: CONDITIONS, PRIORITIES, SCENARIOS

С.Г. Симонов, Н.К. Карашаш
S.G. Simonov, N.K. Karashash

Инновационный Евразийский университет

В статье рассматриваются вопросы определения допустимого, критического и катастрофического рисков бизнес-деятельности. Предложены и дано описание сценариям развития риск-стратегии средних и малых предпринимательских структур.

The article deals with the determination of allowable, critical and catastrophic risks of business. The authors suggests the description of scenarios of risk strategy development of small and medium-sized business organizations.

Ключевые слова: бизнес-структура, сценарии риск-стратегий, допустимый риск, критический риск, катастрофический риск.

Key words: business-structure, scenarios of risk strategy, allowable risk, critical risk, catastrophic risk.

В экономической литературе до настоящего времени нет однозначного определения допустимого риска бизнес-деятельности, как, впрочем, нет и четкого представления относительно его позиционирования по отношению к критическому и катастрофическому риску.

Чаще всего исследователи ограничиваются одним или двумя-тремя показателями, которые представляют собой обобщенные характеристики для суждения о приемлемости риска, а также выделяют зоны последнего (рис. 1).

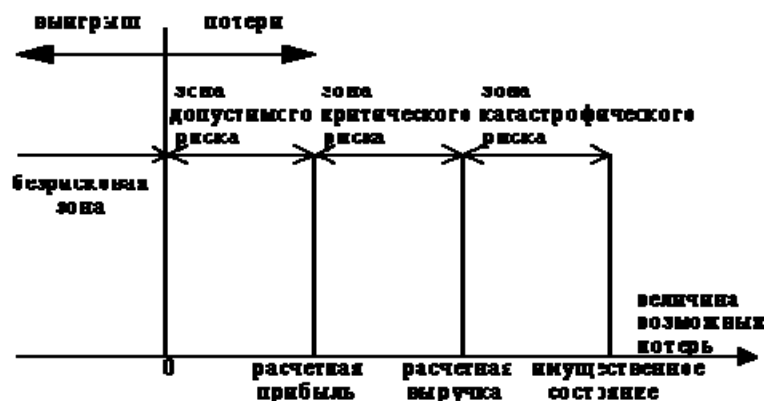


Рис. 1. Зоны бизнес-деятельности хозяйствующих субъектов

При этом безрисковой зоной бизнес-деятельности считается зона, которой соответствуют нулевые потери или отрицательные (превышение прибыли). Допустимый риск в предпринимательстве связывается с неполной потерей прибыли от осуществления (неосуществления) бизнес-проекта. Иначе говоря, возможность потерь допускается. Под зоной допустимого риска понимается область, в границах ко-

торой бизнес-деятельность экономически целесообразна, поскольку потери не превышают ожидаемую прибыль. Отсюда делается вывод, что граница разделения зоны допустимого и критического рисков предпринимательской деятельности соответствует уровню потерь, равному расчетной прибыли от бизнес-деятельности [1; 2].

Критический риск, согласно данному подходу, характеризуется не только потерей прибыли, но и недополучением предполагаемой выручки. В зоне данного риска может иметь место невосполнимая потеря всех средств, вложенных предпринимателем в дело. Последний не получает никакого дохода, имея лишь убытки.

Считается, что катастрофический риск, как правило, приводит к краху, банкротству бизнес-структуры, потере ею всех средств, закрытию, распродаже имущества и т. п. Зона катастрофического риска обычно представляется как область потерь, которые по своей величине превосходят критический уровень и в максимуме способны достичь размеров, равных имущественному потенциалу предпринимателя. Кроме того, ряд исследователей к категории катастрофического риска, вне зависимости от имущественного или денежного ущерба, относят риск, связанный с возникновением экологических катастроф или прямой опасностью для жизни людей [3].

Анализ этих и других существующих в экономической литературе подходов к феномену рисков и безопасности бизнеса в целом дает основания сказать следующее. Поскольку по своей экономической природе риски имманентны предпринимательству, постольку бизнес-структура никогда не находится в безрисковой зоне. Таковой для нее не существует. Именно нахождение (функционирование) в зоне риска позволяет позиционировать хозяйствующего субъекта как предпринимательскую структуру. Отсюда пространство, в котором обнаруживает себя всякая бизнес-деятельность, включает не четыре, а три зоны: зону допустимого риска, зону критического риска и зону катастрофического риска. Однако далеко не в каждой из них предприниматель чувствует себя комфортно.

На наш взгляд, зона допустимого риска есть «вотчина» бизнеса. Именно здесь он обретает то комфортное состояние, которое необходимо для нормального осуществления хозяйственной деятельности. Поэтому предприниматели всячески стремятся не выходить за ее границы или быть в пределах ее досягаемости.

Вместе с тем возникает вопрос: как и насколько успешно это им удастся? Для ответа на него необходимо, по нашему мнению, исследовать экономическое поведение предпринимателя в ходе подготовки и осуществления хозяйственной деятельности, а также его рисковые ожидания.

Экономическое поведение предпринимателя характеризует его бизнес-стратегию. Методология понимания того, как ведет себя хозяйствующий субъект в рыночных условиях, дана К. Марксом в третьем томе «Капитала» во втором отделе при анализе межотраслевой конкуренции [4].

Согласно этому анализу, на рынке конкурируют не товары, а капиталы. В качестве главного берется норма прибыли как степень доходности, представляющая собой отношение полученной прибыли ко всему авансированному капиталу. Ориентируясь на него, хозяйствующие субъекты стремятся разместить свои финансовые ресурсы в тех отраслях и сферах, где значения данного индикатора наиболее высокие. В условиях совершенной конкуренции, которые рассматривал К. Маркс, такая диверсификация капиталов не встречала на своем пути много препятствий. По сути, она представляла собой движение всего общественного капитала, результатом чего явилось формирование некой средней нормы прибыли и господство принципа «на равновеликий капитал – равная прибыль».

Важно отметить, что такой перелив капиталов из одних сфер и отраслей в другие К. Маркс рассматривал как долговременную тенденцию. Кроме того, чтобы показать процесс в «чистом» виде, он абстрагировался от ряда условий и факторов, в том числе от хозяйственного риска. Именно поэтому в марксовых схемах межотраслевой конкуренции средняя норма прибыли выражена дискретной величиной.

На наш взгляд, в определенной мере методология К. Маркса может быть использована при исследовании риск-стратегии среднего и малого предпринимательства.

В границах регионального рынка, как пространства ведения среднего и малого бизнеса, можно выделить три группы:

- бизнес-структуры, отличающиеся от крупного предпринимательства, но выполняющие ту же структурную функцию в реальном секторе экономики региона;
- бизнес-структуры, которые обслуживают крупное предпринимательство;
- бизнес-структуры, работающие с населением региона в части конечного спроса.

Внешняя среда, в которой функционирует средний и малый бизнес, разумеется, далека от состояния совершенной конкуренции. Однако и монополистические мотивы здесь слабо дают о себе знать. Поэтому региональный рынок, где соперничают между собой рассматриваемые бизнес-структуры, скорее всего,

представляет собой рынок несовершенной конкуренции.

Имеющий здесь место, где перелив капитала из одной сферы деятельности в другую менее интенсивен, более ограничен в объемах и подвержен влиянию разного рода факторов и условий. Вместе с тем внешне он весьма схож с переливом капитала в условиях совершенной конкуренции, а своеобразным ориентиром успешности бизнес-деятельности служит средняя, сложившаяся за недалекую ретроспективу, доходность. Добавим, что последняя не носит дискретного характера, она изменяется под влиянием целого ряда факторов, задающих определенный тренд:

- динамики налогового бремени;
- роста (замедления) темпов инфляции;
- степени лояльности (нелояльности) региональных властей к данной бизнес-структуре;
- удорожания кредита (ухудшения инвестиционного климата);
- снижения доходов населения и, как следствие, платежеспособного потребительского спроса;
- уровня коррупции среди чиновников в регионе и др.

Как свидетельствует отечественная бизнес-практика, действие названных факторов задает устойчивую тенденцию некоторого роста средней доходности в долговременном периоде.

Разработка предпринимателями «второго эшелона» стратегий на региональном рынке связана с осознанием того, что в современных условиях тактика сиюминутной выгоды себя практически исчерпала и стала высокорискованной. По сути, сегодня следует вести речь о риск-стратегии среднего и малого бизнеса в нашей стране.

Такая риск-стратегия предполагает два главных условия:

- решения предпринимателя, касающиеся краткосрочных снижений доходности, должны исключать возможность приближения, а тем более достижения нижнего порога безопасности и попадания в зону катастрофического риска. С позиций микроэкономического анализа нижний порог безопасности бизнеса означает равенство маржинального дохода постоянным издержкам в их экономическом понимании (амортизация, услуги ЖКХ, оплата территории, транспорта и т. п.) и описывается как $MP = FC$;

- краткосрочная тактика предпринимателя должна быть увязана с долговременной стратегией в пределах зоны допустимого риска (наиболее выгодный сценарий) или той

части зоны критического риска, где коэффициент запаса прочности бизнес-структуры достаточен (менее выгодный сценарий). Добавим, что экономический смысл данного коэффициента состоит в том, что он показывает, какое снижение доходности может выдержать предпринимательская структура, не утрачивая своего имущества ($\frac{MP}{TR}$).

Приоритетами при создании риск-стратегии среднего и малого предпринимательства выступают финансирование, освоение новых ниш на региональном рынке и диверсификация производства и продаж [5].

Проблема финансирования обусловлена острой необходимостью модернизации изношенной технологической базы предпринимательских структур «второго эшелона» преимущественно на основе импортной техники и технологии. Руководители среднего и малого бизнеса при проведении риск-стратегии ориентируются прежде всего на собственные силы и изыскивают финансы путем аутсорсинга и реинжиниринга как направлений оптимизации бизнес-процессов.

То, что приоритетом создания риск-стратегии среднего и малого предпринимательства является освоение новых ниш на региональном рынке, связано с недогрузкой производственных мощностей данных бизнес-структур и использованием трудовых ресурсов не в полную силу. При этом, стремясь быть вблизи или в самой зоне допустимого риска, они придерживаются апробированной нишевой бизнес-стратегии и выстраивают систему продаж так, чтобы транспортная и складская логистика охватывала как можно большую территорию региона. Применение таких «кустовых» методов логистики предпринимателями «второго эшелона» доказало свою эффективность. Например, в России и Казахстане особенно успешна их нишевая бизнес-стратегия в пищевой промышленности, где средние бизнес-структуры быстро растут и на региональных рынках даже начинают теснить крупных производителей.

Отметим также, что риск-стратегия средних и малых бизнес-структур обязательно должна принимать во внимание продолжающееся развитие в регионах продовольственных сетей с их гигантскими капиталами. В связи с этим, необходимо как можно быстрее занимать ниши, которые не интересны крупным ритейлерам, ориентированным на массовые технологии. Очевидно, что последние не будут работать с небольшими партиями эксклюзивного

товара, в то время как торговая сеть среднего и малого предпринимательства может быть создана именно для этого.

Что касается диверсификации производства и продаж как одного из приоритетов риск-стратегии среднего и малого бизнеса, то наиболее ярко она себя проявила в девелоперских компаниях при формировании оптимального портфеля продукции и услуг. Новая конфигурация региональных строительных рынков, сложившаяся в странах СНГ за последние 10–15 лет, заметно отличается от западных аналогов, которые ориентированы на разделение функций девелопмента, генподряда, узкоспециализированного подряда, риэлта и т. д. Структуры, куда в настоящее время входят девелоперские компании данного типа, существенно отличаются от вертикально интегрированных холдингов, в первую очередь многопрофильного бизнеса, все направления которого равнозначны и иногда вообще не связаны друг с другом технологически (например, пищевые, лесозаготовки и пр.). Все подразделения указанных структур ориентированы на потребности регионального рынка, а не на их внутренние нужды.

Развитие риск-стратегий средних и малых предпринимательских структур может прохо-

дить по трем основным сценариям (рис. 2). Каждый из них описывается трендом – расчетной спрямляемой кривой изменения показателя доходности, построенной путем математической обработки прогностических данных на ближайшие пять-семь лет на основе динамических рядов.

На рис. 2 линии нормальной доходности и нижнего порога безопасности есть результат пролонгации векторов динамики рассматриваемых экономических показателей (средней и критической доходности) ретроспективного периода, их аппроксимации, а также установления на этой основе тенденций роста или спада.

Сценария I придерживаются субъекты среднего и малого предпринимательства, балансирующие вблизи линии нормальной доходности и более тяготеющие к зоне допустимого, нежели критического риска. К ним относятся бизнес-структуры, формирующиеся на основе концентрации капитала (накопления добавленной стоимости, т. е. капитализации результатов предпринимательской деятельности) и действующие преимущественно в реальном секторе экономики региона. Очевидно, что используемая при данном сценарии бизнес-стратегия требует не оздоровительных, а скорее, поддерживающих мер.

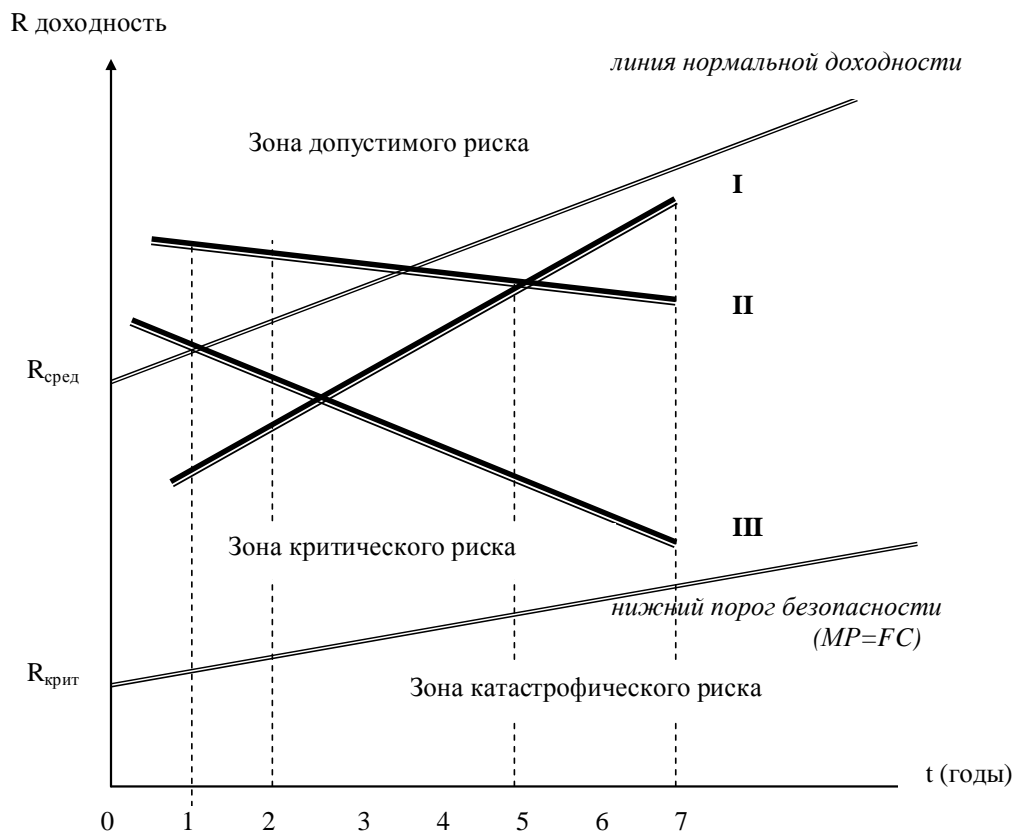


Рис. 2. Сценарии развития риск-стратегии средних и малых бизнес-структур

Сценарий II характерен для субъектов среднего и малого предпринимательства, осуществляющих кооперационные и иные формы связи друг с другом, когда разные направления объединены между собой поставками или просто общим управлением. Разумеется, в условиях подобной динамической архитектоники новой бизнес-структуры и «притирки» входящих в нее элементов друг к другу, риск-стратегия должна быть иной по сравнению с предыдущим сценарием. Она направлена на то, чтобы, несмотря на ощутимое снижение потенциала вновь образуемой бизнес-структуры, запаса ее прочности оказалось достаточно для приостановки дальнейшего погружения на «дно» зоны критического риска. Такую риск-стратегию можно назвать стратегией, основанной на досудебной санации (оздоровлении) предпринимательства «второго эшелона».

Наконец, сценарий III присущ бизнес-структурам, которые тяжело переживают процессы реструктуризации и рыночной адаптации и которые рассматривают процедуру банкротства как меру сохранения своей жизнеспособности. Проводимая ими стратегия не просто охватывает зону критического риска, а тяготеет к нижнему порогу безопасности. Груз организационно-технических и экономических трансформаций и накопившихся реструктури-

зационных ожиданий субъектов предпринимательства привел к потере устойчивости данных бизнес-структур. Отсутствие необходимого запаса прочности, утрата большей части своих активов делают неизбежным в обозримом будущем попадание в зону катастрофического риска. Подобная риск-стратегия является стратегией, ориентированной на судебную санацию – назначение внешнего управляющего и проведение процедуры банкротства.

1. Шевченко И. К. Организация предпринимательской деятельности. – Таганрог : ТРТУ, 2004. – 224 с. – URL : <http://www.aup.ru/books/m91/05.htm>.

2. Менеджмент организаций / Л. А. Кирзнер, Л. П. Киенко, Т. И. Лепейко и др. – М. : КНТ, 2009. – 688 с.; URL : http://pidruchniki.ws/12330909/menedzhment/menedzhment_organizatsiy_-_kirzhner_la.

3. Политика управления рисками АО «Локомотив». – Астана, 2009. – 239 с.

4. Маркс К. Капитал. – М. : Политическая литература, 1978. – Т. III. – Ч. I. – С. 168–188.

5. Симонов С. Г., Кадочникова И. Ю. Средний бизнес: сущность, особенности формирования и развитие в современном российском обществе. – Тюмень : Вектор Бук, 2006. – С. 90–99.

СУЩНОСТЬ УСЛУГИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОГО БЛАГА

SERVICES AS THE ECONOMIC BENEFITS

И.Д. Котляров

I.D. Kotlyarov

Национальный исследовательский университет Высшей школы экономики, Санкт-Петербург

Статья содержит анализ свойств услуги как экономического блага. Показано, что традиционно приписываемые услуге свойства не могут быть использованы для ее корректного определения в силу их вторичности по отношению к природе услуги. Сформулировано определение услуги как временного права пользования ресурсами исполнителя для получения потребителем ценности.

The article contains an analysis of the properties of services as an economic benefit. It is shown that the properties traditionally ascribed to the service can not be used for its correct definition by virtue of their secondary with respect to the nature of the services. The author gives a definition of service as a temporary right to use the the executive's resources for receiving value by consumer.

Ключевые слова: услуга, экономическое благо, потребитель, исполнитель, неосвязаемость, право собственности.

Key words: service, the economic benefit, consumer, performer, intangibility, ownership.

Введение. Роль услуг в экономике непрерывно растет как в «производственном», так и в «потребительском» аспектах. К «производственному» аспекту (термин, разумеется, условен) мы относим оказание услуг. Иными словами, речь идет об увеличении доли работников, занятых в сфере услуг, а также о постоянном росте доли сферы услуг в валовом национальном продукте экономически развитых стран (для постиндустриальной экономики, в которую вступили эти страны, одной из отличительных черт является как раз ускоренный рост сферы услуг [1]). «Потребительская» составляющая роста роли услуг выражается в том, что, с одной стороны, потребители услуг готовы платить более высокую цену за более качественные услуги и наращивать потребление традиционных для них услуг (к сожалению, глобальный кризис, начавшийся в 2008 г., затормозил этот процесс), с другой стороны, они склонны отказываться от самостоятельного выполнения ряда привычных для них функций и передавать их на исполнение сторонним операторам (особенно это заметно в случае промышленных услуг), наконец, рост потребностей как индивидуальных потребителей, так и фирм ведет к возникновению новых сервисов, направленных на их удовлетворение.

Тем не менее, несмотря на столь высокую значимость сферы услуг для современной экономики, в настоящее время отсутствует единое общепринятое определение услуги как экономического блага. Разумеется, в наличии множества различных определений нет большой беды – в конце концов, практически для каждого экономического явления предлагается несколько определений, – однако проблема состоит в том, что эти определения в ряде случаев внутренне противоречивы и не позволяют с достаточной степенью строгости отделить услугу от других экономических благ, а зачастую и от экономических процессов. Позволим себе привести примеры таких неудачных определений:

– «Услуга – деятельность, результатом которой является удовлетворение какой-либо потребности людей» [2, с. 437]. Очевидно, что этому определению соответствует любая экономическая деятельность;

– «Услуга – любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде» [3, с. 91]. Это определение страдает рядом недостатков. Прежде всего оно некорректно сфор-

мулировано: следует ли его понимать в том смысле, что в виде услуг могут предлагаться либо мероприятия, либо выгоды, т. е. что мероприятия не несут выгоды для получателя? Далее, весьма нежелательны в научном определении формулировки вида «в основном», «может быть, а может и не быть».

К сожалению, определения такого методологического уровня типичны как для учебных пособий по разным аспектам теории и практики предоставления услуг, так и для научно-исследовательских работ (причем это характерно для публикаций, изданных как в нашей стране, так и за рубежом).

В статье мы попытаемся дать более строгое определение понятия «услуга» и выявить отношения между товаром и услугой, а также между оказанием услуг и производством материальных благ в современной экономике.

Услуга как противоположность товара.

Сразу оговоримся, что, хотя в российской экономической терминологии понятие «товар» охватывает как вещные блага, так и неосязаемые (услуги) [4, с. 12; 5, с. 79], мы будем придерживаться западной традиции (совпадающей с отечественной бизнес-практикой) и применять термин «товар» для вещных благ, а термин «услуга» для благ неосязаемых, а в качестве обобщающего понятия будем использовать термин «продукт» [4, с. 12].

Несмотря на то, что в работе Н.А. Восколовича [6, с. 8] говорится, что существуют три основных подхода к определению понятия «услуга»: отраслевой (при котором к сфере услуг относятся отрасли соответствующей специализации, а услугами называется продукция этих отраслей), противопоставительный (услуга определяется как экономическое благо, обладающее противоположными товару свойствами и признаками) и синтетический (в данном случае выделяются наиболее общие свойства услуги, а она сама определяется как их совокупность), по сути дела, все эти подходы основываются на сравнении товара и услуги и на выявлении отличий между ними (либо путем сопоставления перечня набора таких отличий, либо путем концентрации внимания на наиболее существенном – на взгляд того или иного исследователя – отличии). Это легко объяснимо с исторической точки зрения (товар является традиционным объектом исследования в экономике и более «привычен» и – что немаловажно – его свойства, по крайней мере на первый взгляд, лучше поддаются описанию) и достаточно удобно с точки зрения практики. По этой причине мы также воспользуемся этим подходом и попробуем систематизировать те призна-

ки, по которым происходит противопоставление товара и услуги для того, чтобы выявить специфику услуги как экономического блага.

Отметим, что не все специалисты согласны с таким подходом к определению услуг.

1. Ряд авторов считает противопоставление товаров и услуг некорректным, говоря о том, что все предприятия, в том числе и относящиеся к производственному сектору, также занимаются оказанием услуг [7, р. 1], и что на самом деле правомернее говорить о континууме продуктов, в разной степени сочетающих свойства товара и услуги, чем о «чистых» товарах и услугах [8, с. 45]. Тем не менее все равно сохраняется необходимость определения «чистого» товара и «чистой» услуги (хотя бы для того, чтобы иметь возможность выявить их соотношение в реальных предлагаемых на рынке продуктах), а проще всего это сделать путем их противопоставления, что подтверждает оправданность нашего подхода.

2. Отдельные специалисты полагают, что выделение услуг из совокупности экономических благ возможно не только путем их противопоставления товарам, но и по иным критериям. Отчасти такой подход отражен в уже упоминавшейся выше работе [6, с. 8] (выше мы привели нашу аргументацию против него), но ярче всего он проявился в работах И.В. Христофоровой [9, с. 84], которая считает возможным определять услуги по семи параметрам: сфера оказания; результат оказания; объекты воздействия; цель оказания; объекты, оказывающие услуги; специфические характеристики услуги, отличающие ее от материально овеществленного товара; процесс оказания услуги (труд, деятельность). Однако несложный логический анализ этих параметров позволяет выявить, что практически все из них служат для классификации услуг и непригодны для выделения услуг из совокупности экономических благ, за исключением параметра специфических характеристик услуг, отличающих ее от товара. Это дополнительно подтверждает наше мнение о том, что удобнее всего определять услугу путем противопоставления ее товару.

3. В работе Д.А. Карха [3, с. 89] показано, что существующие определения услуг могут быть разбиты на три группы: определения, характеризующие услугу как действия, виды деятельности, саму деятельность; определения, рассматривающие услугу как результат деятельности; определения, в которых услуга характеризуется и как деятельность, и как результат. Д.А. Карх справедливо констатирует, что каждой группе определений присущи недостатки [3, с. 89]. Первая группа определений не-

полна, так как исключает из рассмотрения услуги, имеющие материальный результат (укажем здесь же, что определения этой группы основаны на неявном противопоставлении вещного товара и неосязаемой услуги). Определения второй и третьей группы чрезмерно размыты (результатом услуги считается некая «выгода» потребителя, но ровно такой же результат потребитель получает и от товара) и не позволяют выделить услугу из совокупности экономических благ. Большой интерес в этой связи представляет работа Н. Ватолкиной [10], в которой сделана попытка определить услугу путем ее противопоставления не товару, а другим действиям человека (т. е. выделить услугу не из совокупности экономических благ, а из совокупности действий; если традиционно исследователи стремились выявить, какие именно экономические блага являются услугами, то Н. Ватолкина, по сути дела, определяет, какие именно действия человека являются экономическими благами). Эта попытка основывается на понимании услуги как действия и позволяет уточнить ее содержание как объекта управления. Однако в своей основе речь все равно идет о скрытом противопоставлении товара и услуги, поскольку, по мнению ряда авторов, природа услуги как выполняемого действия и есть то, что отличает услугу от товара.

Таким образом, несмотря на существующие возражения против подхода к определению услуги путем ее противопоставления то-

вару, этот подход оказывается наиболее эффективным и в явной или скрытой форме используется самими возражающими.

Свойства услуги.

Анализ специализированной литературы позволяет установить, что свойства, которые разные авторы выявляют у услуг (и которые отличают их от товаров), отчетливо разбиваются на две группы: общие (все проанализированные авторы сходятся во мнении, что услуги этими свойствами обладают) и частные (соответствующие свойства услугам приписывают только отдельные из изученных авторов). Этот анализ представлен в таблице 1 (общие свойства выделены двойной рамкой).

Общие свойства удобно называть первичными, тогда как частные мы будем называть вторичными. Такой подход основывается на том, что путем несложных логических выкладок вторичные свойства выводятся из первичных. Вопрос о том, что первичные свойства также являются взаимозависимыми и одни из них могут быть выведены из других, мы сейчас рассматривать не будем, укажем лишь, что в работах А.Ю. Курочкиной [13] и Н. Ватолкиной [10] постулируется, что все свойства услуги могут быть выведены из двух ее базисных характеристик: неосязаемости и интегративности (одновременности производства и потребления). Ниже мы покажем, что эти базисные свойства являются естественными проявлениями более глубокой природы услуги.

Таблица 1

Отличительные признаки услуг

<i>Свойство услуги</i>	<i>Христофорова [4, с. 15]</i>	<i>Котлер и др. [11, с. 719–723]</i>	<i>Лавлок [8, с. 42–43]</i>	<i>Тултаев [12, с. 9–12]</i>	<i>Восколович [6, с. 9]</i>
Неосязаемость	Да	Да	Да	Да	Да
Несохраняемость	Да	Да	Да	Да	Да
Не сопровождается передачей права собственности	Да	Да	Да	Да	Да
Неотделимость от производителя и потребителя (единовременность производства и потребления)	Да	Да	Да	Да	Да
Непостоянство качества	В ряде случаев, но не обязательно	Да	Да	Да	
Знание об услуге не может быть получено тем же способом, что и знание о товаре (невозможна проверка потребительских свойств услуги до ее оказания)	Да		Да (покупателю сложно оценить качество многих услуг)	Да	
Взаимозаменяемость услуг и товаров, направленных на удовлетворение одной и той же потребности				Да	
Нематериальный характер	Да				Да
Производится и потребляется в конкретном месте	Да				

Исключением является представление о взаимозаменяемости товаров и услуг, направленных на удовлетворение одной и той же потребности, однако оно является общим свойством экономических благ, частным случаем которых являются и товары, и услуги. Из самой формулировки этого свойства следует, что им в равной степени обладают как услуги, так и товары, при условии, что они направлены на удовлетворение одной и той же потребности. По этой причине рассматривать данное свойство как отличающее услуги от товаров, на наш взгляд, некорректно.

В свою очередь, среди первичных свойств услуги специалисты выделяют ключевое свойство неосязаемости (и производное от него свойство нематериальности), выступающее в качестве основного инструмента разграничения товаров и услуг («Свойство нематериальности, неосязаемости принято считать самым важным, характерным для типичных услуг» [6, с. 9]). Фактически именно на него опирался Карл Маркс, давая свое определение услуг (отметим, однако, что анализ Маркса был глубже, он постулировал, что потребительская ценность услуги заключается в самом труде исполнителя, а не в осязаемом результате его деятельности, предвосхищая тем самым тезис о неотделимости услуги от исполнителя и подход к услуге как к процессу [14, с. 413]). По очевидным историческим причинам такой подход к услугам как к полезной деятельности, не имеющей осязаемого воплощения, доминировал в советской экономической науке (см. [15, с. 7–8; 16, с. 247]) и был унаследован в постреформенной российской теории услуг [17, с. 352].

Зарубежные исследователи придерживались сходного подхода. Например, авторы известного учебника по экономической теории К.Р. Макконнелл и С.Л. Брю [18, с. 398] трактуют услугу как нечто неосязаемое (невидимое), в обмен на что участник экономической деятельности (потребитель, фирма или правительство) готов предоставить что-либо ценное. Г. Беквит, специалист по маркетингу услуг, при определении (точнее, при описании) услуги также делает акцент на ее «незримости», т. е. неосязаемости и нематериальности [19].

В дальнейшем во внимание стали принимать иные свойства услуги, однако приоритет по-прежнему отдавался свойству неосязаемости. Известный специалист по маркетингу услуг К. Лавлок определяет услугу как действие или процесс, предлагаемый одной стороной другой, при этом выполнение действия носит неосязаемый характер и, как правило, не ведет

к передаче собственности [8, с. 34]. Во многом сходное, но более размытое определение дает Ф. Котлер, отмечающий, что услуга представляет собой любую деятельность или благо, которую одна сторона предлагает другой и которая по своей сути является неосязаемой и не связана с передачей собственности [11, с. 718].

Все сказанное выше закономерно ведет к необходимости дать ответ на следующий вопрос: действительно ли свойство неосязаемости является тем ключевым критерием, по которому происходит (и должно происходить) противопоставление товаров и услуг?

Как ни парадоксально, есть причины ответить на этот вопрос отрицательно.

Прежде всего, как уже говорилось выше, в настоящее время специалисты сходятся во мнении, что продукты, предлагаемые на рынке, формируют континуум от «чистого товара» (осязаемого и материального) к «чистой услуге» (неосязаемой и нематериальной), а ряд продуктов, традиционно относимых к товарам или услугам, на самом деле представляют собой комбинацию товаров и услуг (с возможным преобладанием свойств товара или услуги) [8, с. 45]. Таким образом, ряд услуг на самом деле обладают – по крайней мере отчасти – материальным характером. Этот подход хорошо коррелирует (хотя и не совпадает полностью) со сложившимся в российской экономической науке делением услуг на материальные (сопровождающиеся выполнением работы или производством изделия) и социально-культурные (результат которых носит полностью неосязаемый характер; фактически эти услуги могут быть названы нематериальными) [16, с. 248; 20, с. 11]. В работе же А.М. Кувшинова и Н.А. Цыбулевской [21] предложено деление услуг на материалоемкие и низкоматериалоемкие, что дополнительно подчеркивает возможность материальности услуги.

Иными словами, несмотря на постулируемое исследователями представление о неосязаемости и нематериальности услуги как о ее наиболее значимом отличии от товара, на практике, они придерживаются тезиса о том, что по крайней мере некоторые из услуг могут быть осязаемыми и материальными.

Тем не менее следует помнить о том, что неосязаемость и нематериальность не являются синонимами. Дело в том, что, хотя при оказании услуги и могут быть задействованы материальные ресурсы и объекты, услуга в большинстве случаев состоит в выполнении действий в интересах потребителя, а действия неосязаемы, даже если вполне осязаем (и мате-

риален) результат или процесс их выполнения. По этой причине наличие континуума «товар – услуга» по критерию материальности вовсе не означает такого же континуума по критерию осязаемости, правильнее было бы говорить, что предлагаемые на рынке продукты (маркетинговые предложения) могут быть разложены на осязаемые и неосязаемые составляющие (и при этом не все неосязаемые составляющие могут быть отнесены к услугам. Например, бренд, являющийся важной характеристикой товара, неосязаем, но к услугам не относится).

По этой причине данное возражение против неосязаемости как отличительного свойства услуг следует отклонить. Отметим, впрочем, что трактовка сущности услуг как действий, получившая широкое распространение [10], также небезупречна, ряд услуг с какими-либо действиями не связан (например, страховые услуги при отсутствии страхового случая), поэтому определение услуг с опорой на действия следует признать неполным.

Второе возражение является более серьезным. Дело в том, что часть товаров также могут быть нематериальными и неосязаемыми. Речь в первую очередь идет об информации, которая является товаром, а не услугой, но при этом неосязаема.

Таким образом, следует признать, что критерий осязаемости для разграничения товаров и услуг и для формулировки однозначного и внутренне непротиворечивого понятия услуги, вопреки сложившимся стереотипам, использован быть не может, поскольку отдельные товары имеют нематериальную природу и являются неосязаемыми.

Это порождает следующий вопрос: насколько выявленные первичные свойства услуги на самом деле могут служить для надежного разграничения товаров и услуг (точнее, для выделения услуг из совокупности экономических благ)? Рассмотрим их подробнее.

Большой интерес представляет анализ свойства несохраняемости услуг. На наш взгляд, оно вытекает из того, что услуга потребляется в момент ее оказания (это, в свою очередь, следует из того, что услуга представляет собой взаимодействие поставщика и потребителя услуги) и очевидно, что потребленное благо храниться не может. Таким образом, этот признак, изначально включенный нами в число первичных, на проверку оказался вторичным, и уже по этой причине для принятия его в качестве отличительного свойства услуг не подходит.

Отметим, что в отдельных источниках выдвигается тезис о возможности хранения

услуг, и в качестве примера даются образовательные услуги, процесс оказания которых может быть записан на носитель, и полученный информационный продукт (сохраненная услуга) может быть продан клиенту [22, с. 13] (следует указать, что в последнее время вообще получил широкое распространение подход к товару как к законсервированной услуге [23, с. 16], что, на наш взгляд, является чрезмерным упрощением и смешением экономических категорий). На наш взгляд, такой подход принципиально неверен. Клиенту в этом случае продается не законсервированная образовательная услуга, а информационный продукт (т. е. товар), а процесс самостоятельного усвоения знаний по своей природе не совпадает с процессом получения образования (предполагающего взаимодействие учащегося и преподавателя, что и обуславливает несохраняемость образовательной услуги).

Неотделимость услуги от потребителя и производителя, ведущая к определению ее как процесса взаимодействия этих двух лиц (даже закрепленному в стандартах [24; 25]) и на практике проявляющаяся в том, что услуга потребляется в момент ее оказания, также считается ключевым свойством услуги. Тем не менее с ним тоже связан ряд вопросов.

В работе И.В. Христофоровой [22, с. 13] утверждается, что отдельные виды услуг могут быть отделимы как от производителя, так и от потребителя. В качестве примера услуг, отделимых от исполнителя, приводится банкомат, при этом в другом примере говорится, что исполнитель может заменить живой труд овеществленным, что иллюстрируется примером электронной торговли (в чем заключается разница между двумя этими примерами, поскольку в обоих случаях речь явно идет о замене живого труда овеществленным, И.В. Христофорова не сообщает). Примерами услуг, отделимых от клиента, служат [22, с. 13] ремонтные услуги (для оказания которых присутствие клиента не требуется) и продажа турпутевок через Интернет (без контакта с клиентом). Такой подход служит хорошей иллюстрацией того, к каким неверным выводам может привести излишне прямолинейное использование терминов без анализа их экономического и организационного содержания. Оказание услуг требует не «контактного» взаимодействия двух физических лиц (исполнителя и потребителя), а постоянного воздействия труда исполнителя (живого или овеществленного) на потребителя (или на его имущество), происходящее с согласия исполнителя и потребителя, причем это

воздействие может происходить как «контактно», так и дистанционно (но обязательно непосредственно, в том смысле, что между исполнителем и потребителем услуги отсутствуют посредники). Неотделимость услуги от потребителя и исполнителя означает, таким образом, их сотрудничество в процессе оказания услуги [26, с. 55], а не их постоянное «живое» взаимодействие (представляющее собой частный случай сотрудничества). Если исполнитель заменил свой живой труд овеществленным, это не означает, что услуга от него отделена, как и отсутствие непосредственного контакта между оператором и потребителем не означает отделения услуги от потребителя. По этой причине мы склонны считать примеры из работы И.В. Христофоровой [22, с. 13] некорректными и полагаем, что традиционный подход к услугам как неотделимым от исполнителя и потребителя справедлив.

Важно понимать, что тезис о неотделимости услуги от потребителя и исполнителя, подход к услуге как процессу взаимодействия двух лиц для создания ценности для потребителя [27, с. 877] и утверждение о том, что услуга потребляется в момент ее оказания не равнозначны друг другу, хотя в литературе зачастую используются как синонимы. Дело в том, что процесс взаимодействия двух лиц с целью создания ценности для потребителя может иметь место не только при оказании услуг (фактически это определение охватывает все возможные контрактные рыночные отношения). Использование же дополнительных уточнений неизбежно потребует обращения к другим свойствам услуг. По этой причине мы считаем получивший широкое распространение подход к услуге как к процессу [28] неудобным для ее формального определения. Кроме того, существуют товары, которые, как и услуга, потребляются в момент их производства (например, электроэнергия; отметим, что несохраняемость электроэнергии, в отличие от несохраняемости услуг, обуславливается не принципиальной невозможностью ее сохранения, а экономической неэффективностью ее хранения при существующих технологиях; тем не менее факт остается фактом: при современном уровне развития техники в момент производства потребляются не только услуги, но и отдельные товары). Именно поэтому мы считаем некорректным утверждение А.Ю. Курочкиной [13] и Н. Ватолкиной [10] о том, что одновременность производства и потребления является базовым свойством услуги, из которого вытекает ее неотделимость от исполнителя и по-

ребителя. На самом деле ситуация как раз обратная. Таким образом, если тезис о неотделимости от исполнителя и потребителя применим только к услугам, то тезисы об услуге как о взаимодействии исполнителя и потребителя и о потреблении услуги в момент ее оказания, хотя и следуют логически из предыдущего утверждения, однако не равнозначны ему.

Если мы констатируем, что услуга неотделима от исполнителя и потребителя, означает ли это, что мы вправе использовать данную характеристику услуги как ее видовой свойство, отличающее ее от всех иных экономических благ? Увы, нет, и причина кроется как раз в том, что из этого свойства услуги логически вытекают другие характеристики, которые, как было сказано выше, применимы не только к услугам. Использовать же для определения услуги из ее свойств, которое ведет к неоднозначным выводам, на наш взгляд, неправомерно. Однако это свойство имеет ключевое значение с точки зрения практики, поскольку именно обеспечиваемое фирмой качество взаимодействия с клиентом обуславливает ее успех на рынке соответствующих услуг.

Таким образом, из установленных четырех первичных свойств услуги три оказались неподходящими для конструирования на их основе однозначного и внутренне непротиворечивого определения услуги как особой разновидности экономического блага. Прежде чем мы перейдем к анализу четвертого свойства, упомянем интересный подход к услуге как к маргинальному благу, развитый в работе Е.П. Дятла [29]. В этом исследовании утверждается, что, в отличие от товара, полезность которого потребитель оценивает исходя из совокупного количества имеющихся у него единиц товара, услуга имеет маргинальную природу, т. е. оценивается по предельной полезности [29, с. 8]. Однако, на наш взгляд, фактически это утверждение является следствием несохраняемости услуги.

Природа услуги как права временного доступа к внешним ресурсам.

Из всех выявленных первичных свойств услуги осталось лишь свойство отсутствия перехода права собственности. На первый взгляд, оно тоже кажется недостаточно удобным для формализации понятия «услуга» хотя бы потому, что в ряде случаев оказание услуги сопровождается переходом права собственности на результат услуги или на какие-либо материальные или нематериальные объекты, использованные при оказании услуги. Характерным примером служит услуга по изготовлению

золотой коронки из материала, принадлежащего зубному технику (поскольку коронка в итоге переходит в собственность пациента).

Однако здесь нужно уточнить, что именно может переходить в собственность потребителя. Очевидно, что в итоге оказания услуги смена собственника может произойти у результата труда исполнителя, но деятельность исполнителя (а именно в ее выполнении, по сути дела, состоит потребительская ценность услуги), совершаемая им самостоятельно или с использованием привлеченного и/или овеществленного труда, сменить собственника не может. Таким образом, оказание услуги представляет собой временное использование потребителем живого или овеществленного труда исполнителя, или, если несколько расширить, материальных и нематериальных про-

изводственных ресурсов поставщика услуг (именно такого подхода к определению услуг придерживается французский Национальный институт статистики и экономических исследований [30]). Внося дополнительное уточнение для указания цели использования этих ресурсов, мы можем дать определение услуги как предоставление исполнителем потребителю временного права использовать свои ресурсы для создания потребительской ценности. Легко убедиться в том (таблица 2), что из этого определения естественно выводятся все первичные свойства услуги (что является его существенным преимуществом перед другими определениями, представляющими собой либо перечень предполагаемых свойств услуги, либо не позволяющих однозначно отграничить ее от других экономических благ).

Таблица 2

Соответствие между природой услуги и ее наблюдаемыми свойствами

Услуга как предоставление исполнителем потребителю временного права использовать свои ресурсы для получения потребительской ценности		
Неосвязаемость	Неотделимость услуги от потребителя и исполнителя	Отсутствие перехода прав собственности
Сущность услуги состоит в праве использовать ресурсы исполнителя, которое неосязуемо	Использование предоставленных ресурсов требует сотрудничества исполнителя и потребителя по созданию потребительской ценности	Право использовать ресурсы исполнителя предоставляется потребителю на ограниченный срок

Интересно отметить, что предложенное нами определение услуги позволяет уточнить отношения товарного производства и сектора услуг в современной экономике. Как известно, услуги не сразу выделились из товарного производства и развитие сектора услуг как самостоятельной части экономики было обусловлено углублением разделения труда и качественным и количественным ростом потребностей населения.

Однако в настоящее время, на наш взгляд, правомерно говорить об обратной экспансии сектора услуг, при которой он абсорбирует товарное производство. Дело в том, что в современном мире наиболее важным активом стал интеллектуальный, нематериальный капитал, тогда как традиционный физический производственный капитал во многом утратил свою значимость. По этой причине ведущие мировые фирмы сохраняют контроль над ключевыми интеллектуальными активами, передавая на аутсорсинг производство предлагаемых ими на мировом рынке материальных благ. По сути дела, компании-аутсорсеры предоставляют своим заказчикам право использовать свои производственные мощности для изготовления не-

обходимых им товаров, т. е. вместо классического товарного производства занимаются производственным обслуживанием своих заказчиков. Это, по нашему мнению, позволяет говорить о сервисизации производства и об экспансии сферы услуг на производственный сектор.

Заключение.

Предложенное нами определение услуги, как мы надеемся, наиболее полно отражает ее экономическое и организационное содержание. В этом случае деятельность исполнителя услуг представляет собой процесс мобилизации тех ресурсов, которые востребованы участниками рыночной деятельности (предприятиями, банками, государством и домохозяйствами), но при этом к приобретению этих ресурсов участниками рыночной деятельности не стремятся, а нуждаются в их использовании на временной основе. Успех исполнителя услуг на рынке определяется соответствием условий предоставления ресурсов запросам потребителей.

1. *Перепелкин В. А.* Ускоренный рост сектора услуг как закономерность структурного развития постиндустриальной экономики : автореф. ... д-ра экон. наук. – Самара, 2011. – 42 с.

2. Носова С. С., Талахадзе А. А. Экономика : энциклопедический словарь. – М. : Гелиос АРВ, 2003. – 512 с.
3. Карх Д. А. Теоретические основы развития сущности услуг // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». – 2010. – № 7. – С. 89–91.
4. Христофорова И. В. Специфические отличия услуги от товара // Сервис plus. – 2007. – № 1. – С. 11–19.
5. Дятел Е. П., Голомолзина Н. В. Предмет, история и основные направления развития экономической теории услуг : монография. – Екатеринбург : Архитектон, 2009. – 152 с.
6. Восколович Н. А. Экономика платных услуг. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 399 с.
7. Kauppinen-Räsänen H., Grönroos Chr., Gummerus J. Interpretation of Services Marketing Concepts. Swedish School of Economics and Business Administration Working Papers 530. – Helsinki : Swedish School of Economics and Business Administration, 2007. – IV + 34 p.
8. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. – М. : Вильямс, 2005. – 1008 с.
9. Христофорова И. В. Современные подходы к маркетингу услуг // Сервис plus. – 2008. – № 1. – С. 83–89.
10. Ватолкина Н. Услуга как социально-экономический феномен и объект управления // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 3. – С. 101–109.
11. Котлер Ф. и др. Основы маркетинга. – М.; СПб.; Киев : Вильямс, 1998. – 1056 с.
12. Тультаев Т. А. Маркетинг услуг. – М. : Московская финансово-промышленная академия, 2005. – 97 с.
13. Курочкина А. Ю. Управление качеством в организациях сферы услуг : учеб. пособие. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 200 с.
14. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. – М. : Гос. изд-во полит. литературы, 1962. – Т. 26. – Ч. 1. – XXVI + 476 с.
15. США: сфера услуг в экономике / под ред. Е. А. Громова. – М. : Наука, 1971. – 414 с.
16. Розе М. Г. Услуга // Экономическая энциклопедия. Политическая экономия / гл. ред. А. М. Румянцев. – М. : Советская энциклопедия, 1980. – Т. 4. – С. 247–249.
17. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 496 с.
18. Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: в 2 т. – М. : Республика, 1992. – Т. 2. – 400 с.
19. Беквит Г. Продавая незримое. – М. : АльпинаБизнесБукс, 2004. – 272 с.
20. Романович Ж. А., Калачев С. Л. Сервисная деятельность : учебник / под общ. ред. Ж. А. Романовича. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 284 с.
21. Кувишинов А. М., Цыбулевская Н. А. Классификационные признаки и виды услуг в современной экономике // Научный вестник Уральской академии государственной службы: политология, экономика, социология, право. – 2009. – № 7. – С. 39–46. – URL : <http://vestnik.uara.ru/ru-ru/issue/2009/02/06/>.
22. Христофорова И. В. Специфическое отличие товара от услуги. – Ч. 2. Отличительные характеристики услуги – анализ адекватности существующей парадигмы // Сервис plus. – 2007. – № 2. – С. 7–15.
23. Прищепенко В. В. Семантика, дефиниции и соотношение понятий «продукт», «товар», «услуга» // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 2. – С. 12–20.
24. ГОСТ Р 50646-94 / ГОСТ 30335-95. Услуги населению. Термины и определения. – Введен 1 июля 1994. – URL : http://libgost.ru/gost/26216-GOST_R_50646_94.html.
25. ИСО 9004-2-91. Административное управление качеством и элементы системы качества. – Ч. 2. Руководящие указания по услугам. – URL : http://libgost.ru/iso/60262-Tekst_ISO_9004_2_91_Administrativnoe_upravlenie_k_achestvom_i_elementy_sistemy_kachestva_CHast_2_Rukovodyashie_ukazaniya_po_uslugam.html
26. Боков В. И. От Даля к Парсонсу и обратно. Гипотеза о природе услуги // Социологические исследования. – 2003. – № 7. – С. 49–56.
27. Услуга // Экономическая энциклопедия / под общ. ред. Л.И. Абалкина. – М., 1999. – С. 877.
28. Фадеева Н. В. Анализ основных дефиниций сферы услуг с позиций процессного подхода к менеджменту качества // Вестник ТГТУ. – 2011. – Т. 17. – № 4. – С. 1131–1147.
29. Дятел Е. П. Маржинальная сущность услуги // Известия УрГЭУ. – 2010. – № 2 (28). – С. 5–17.
30. Services. – URL : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/services.htm>.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА*

MODERN TENDENCIES OF RUSSIAN ENTREPRENEURSHIP

А.Е. Крамер

A.E. Kramer

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматриваются основные тенденции развития малого и среднего предпринимательства в России на современном этапе. Необходимость исследования обусловлена высоким уровнем значения развития предпринимательства для государства с рыночной экономикой. В исследовании рассматриваются различные аспекты, отражающие состояние предпринимательства: от отношения населения к предпринимательству до изучения основных причин закрытия бизнеса, в том числе в межстрановом сопоставлении.

This article is about the main tendencies of small-scale entrepreneurship in modern Russia. The author emphasizes high significance of entrepreneurship for market economy. The article considers different aspects of entrepreneurship conditions.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательская активность, отношение общества к предпринимательству, глобальный мониторинг предпринимательства.

Key words: entrepreneurship, entrepreneurial activity, the society's attitude towards entrepreneurship, Global Entrepreneurship Monitor.

Национальная экономика, развивающаяся на рыночных принципах, заинтересована в развитии предпринимательства, так как оно способствует устойчивому росту социально-экономической системы. Современное развитие предпринимательства в России имеет определенные особенности и тенденции, которые отражаются на состоянии экономики в целом.

Тенденция складывающегося в российском обществе отношения к предпринимательству отражает общее настроение населения к предпринимательству и предпринимателям.

Согласно данным национальных отчетов проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), направленного на изучение взаимоотношений между предпринимательством и экономическим ростом, статус предпринимателя в российском обществе за последние 4 года вырос в 2,3 раза. Так, в 2010 г. уже 65 % населения России считали, что предприниматели пользуются уважением по сравнению с 30 % в 2007 г.

Благоприятная оценка внешних возможностей положительно влияет на уровень предпринимательской активности. Под благоприятными условиями в данном случае подразумеваются не только благоприятные условия для создания бизнеса в стране (регионе), но и наличие или отсутствие сложностей, возникающих при регистрации компаний, доступности инфраструктуры, культуры предпринимательства. В России в период 2009–2010 гг. оценка условий в стране как благоприятных держалась на уровне 17 %, что существенно ниже значения 2008 г., когда каждый третий считал перспективы развития бизнеса удачными. Очевидно, что финансово-экономический кризис повлиял на позитивное восприятие населением возможностей открытия бизнеса.

Страх провала при создании бизнеса часто рассматривается как важный элемент, который негативно сказывается на предпринимательской активности населения, ведь такой страх является сдерживающим фактором для начала собственного дела. За последние годы

* Статья подготовлена на основе данных национальных отчетов международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) за 2007–2010 гг., опубликованный на сайте: <http://www.gemconsortium.org>. GEM – проект ведущих бизнес-школ мира по организации страновых исследований развития предпринимательства и обмену информацией о состоянии предпринимательской активности.

(2008–2010 гг.) число россиян, которые все еще боятся начинать свой бизнес по каким-либо причинам, сокращается в среднем на 10 % в год. Если такая тенденция будет продолжаться и дальше, то к 2015 г., при прочих равных условиях, значение показателя «страх провала» будет близко к нулю.

Кроме страха провала одним из сдерживающих рост предпринимательства факторов является уверенность предпринимателей, в большей степени потенциальных, в своих знаниях и навыках. И здесь речь идет не об уровне образования, а о восприятии населением уровня своей подготовленности и компетентности создать собственное дело. Выявлено, что в России

респонденты не считают свои знания и опыт достаточными для создания собственного бизнеса, лишь 25 % в 2010 г. считали, что их знания и опыт достаточны. Однако значение этого показателя увеличивается приблизительно на 5 % в год, что указывает на медленно растущую, но положительную тенденцию.

В графическом виде динамика значений исследованных показателей за последние 4 года (2007–2010 гг.) приведена на рис. 1. В целом отношение россиян к предпринимательству за последние годы улучшилось, что должно благоприятно сказываться на количестве создаваемых предприятий в России и, соответственно, на экономике государства.

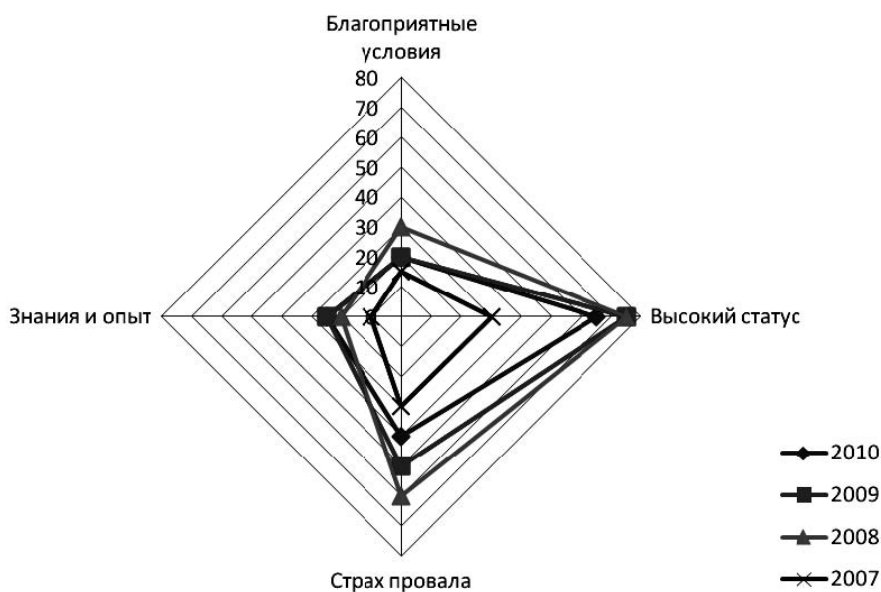


Рис. 1. Отношение к предпринимательству в российском обществе за 2007–2010 гг.

Несмотря на положительную динамику показателей, характеризующих отношение населения России к предпринимательству, уровень предпринимательской активности (т. е. когда речь идет уже о фактическом создании бизнеса) остается на низком уровне.

Для оценки уровня предпринимательской активности в рамках международного проекта GEM «Глобальный мониторинг предпринимательства» были использованы следующие показатели:

- 1) индекс ранней предпринимательской активности;
- 2) индекс активности устоявшихся предпринимателей;
- 3) индекс общей предпринимательской активности.

Под индексом ранней предпринимательской активности понимается уровень предпринимательской активности на ранних стадиях (процент населения в возрасте от 18 до

64 лет), являющимися нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса (период функционирования предприятия не более 3,5 лет).

Индекс активности устоявшихся предпринимателей показывает уровень предпринимательства при учете процента населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося владельцами и управляющими устоявшихся компаний, которые выплачивают заработную плату и денежное вознаграждение собственнику и функционируют не менее 3,5 лет.

Индекс общей предпринимательской активности характеризует общий уровень предпринимательской активности и учитывает процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося ранними или устоявшимися предпринимателями.

Динамика значений указанных индексов предпринимательской активности представлена на рис. 2.

Из рис. 2 видно, что ранняя предпринимательская активность имеет более высокий уровень по сравнению с устоявшимся предпринимательством и тенденцию к росту после

2007 г. При этом финансово-экономический кризис, начавшийся в 2008 г., исходя из приведенных данных, не отразился на активности ранних предпринимателей.

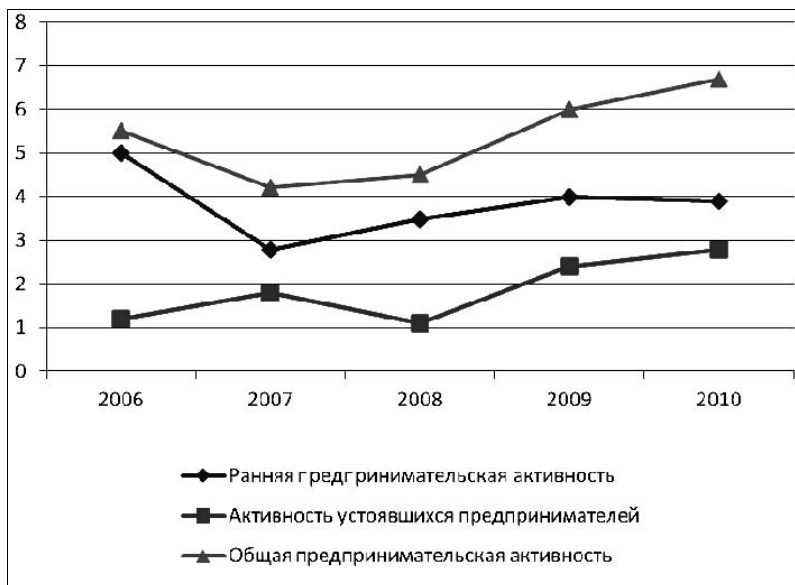


Рис. 2. Динамика значений индексов предпринимательской активности в России за 2006–2010 гг.

Активность устоявшихся предпринимателей имеет значения ниже, чем для ранних. Это объясняется тем, что не все из ранних предпринимателей переходят в стадию устоявшихся, т. е. часть бизнеса закрывается (о причинах закрытия бизнеса указано далее). Кроме того, на активности устоявшихся предпринимателей отразился экономический кризис 2008 г., однако уже в 2009 г. активность возросла в 2,5 раза по сравнению с уровнем 2008 г. И в 2010 г. рост продолжился.

Как было указано выше, часть ранних предпринимателей так и не становится устоявшимися. Основные причины закрытия бизнеса за последние 2 года в России приведены на рис. 3. Структура причин выхода из бизнеса каждый год за период 2008–2010 гг. значительно меняется. Так, в 2008 г. доминирующей причиной выхода из бизнеса было отсутствие доступа к финансированию, что было связано с финансовым кризисом.

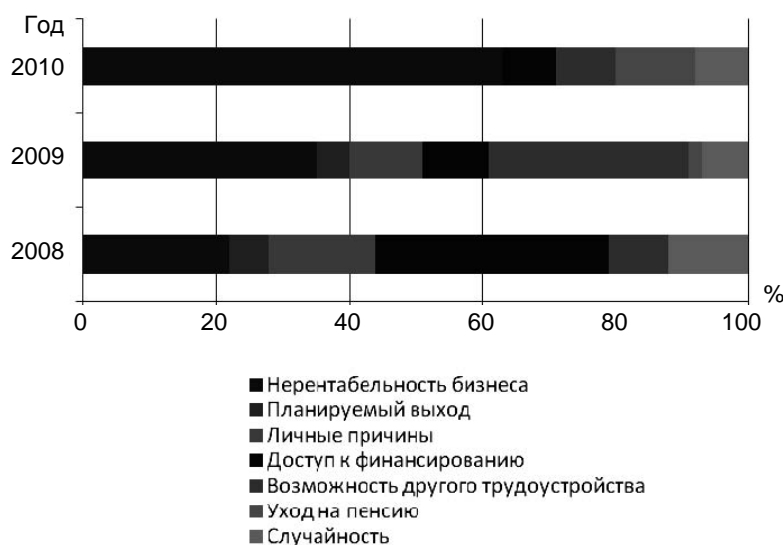


Рис. 3. Причины выхода из бизнеса в России за 2008–2010 гг.

В 2009 г. преобладали две причины: нерентабельность предприятия и возможность другого трудоустройства (в связи с «оживле-

нием» экономики после кризиса почти треть случаев закрытия бизнеса была связана с возможностью другого трудоустройства). А в

2010 г. значительную долю (порядка 60 % всех случаев закрытия бизнеса) занимает нерентабельность предприятия.

Отсюда видно, что несмотря на меняющуюся экономическую ситуацию, фактор «нерентабельность предприятия» всегда в значительном количестве случаев присутствует в экономике как причина закрытия бизнеса. Что указывает на то, что наибольшее влияние на деятельность предприятия оказывает все-таки его внутренняя среда, а не внешняя, хотя и ее значение не стоит умалять.

Таким образом, на сегодняшний день в Российской Федерации постепенно складывается уважительное отношение у населения к предпринимательству, показатели активности предпринимательской деятельности имеют положительные темпы роста, однако наряду с этими положительными тенденциями существуют факторы, оказывающие пагубное влияние на состояние бизнеса в России и замедляющие положительную динамику.

Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2012. № 3. С. 91–96.

УДК 331.5

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ТРУДА И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС 2008–2009 ГГ.: ВРЕМЯ УПУЩЕННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ?

RUSSIAN LABOR MARKET AND ECONOMIC CRISIS 2008–2009: IS IT THE TIME OF MISSED OPPORTUNITIES?

Е.Я. Варшавская

E.Ia. Varshavskaya

НИУ Высшая школа экономики, Москва

Проанализированы направления и основные механизмы адаптации российского рынка труда к экономическому кризису 2008–2009 гг. Рассмотрены меры государственной антикризисной политики на рынке труда. Установлено, что специфическая модель российского рынка труда в основном сохранила свои системные характеристики.

The article shows the main adaptation mechanisms of the Russian labor market to the economic crisis 2008–2009. The article deals with the state's anti-crisis measures of labor market policy. The conclusions about maintaining the specific adaptation of the Russian labor market are made.

Ключевые слова: рынок труда, безработица, экономический кризис, политика на рынке труда.

Key words: labor market, unemployment, economic crisis, labor market policies.

Финансово-экономический кризис 2008–2009 гг. стал вызовом для модели российского рынка труда, главная особенность которой заключалась в том, что к негативным экономическим шокам рынок труда адаптировался в первую очередь путем снижения реальной заработной платы и уменьшением рабочего времени, а уже потом за счет сокращения численности занятых. Как «пережила» эта модель экономический кризис, сохранила ли свои основные характеристики или же была модернизирована? Для ответа на этот вопрос остановимся на показателях, характеризующих процессы на рынке труда.

Занятость и безработица. Показатели занятости населения быстро откликнулись на ухудшение макроэкономической ситуации. Уже в ноябре 2008 г., который с определенной долей условности можно считать первым кризисным месяцем, численность занятого населения стала меньше показателей соответствующего периода прошлого года. В 2009 г. число занятых по данным Обследования населения по проблемам занятости (ОНПЗ) составило 69,3 млн чел., сократившись по сравнению с 2008 г. на 1,3 млн чел. (на 1,9 %). По

данным, построенным на основе баланса трудовых ресурсов (БТР), среднегодовая численность занятых снизилась за тот же период в меньших размерах – на 1,0 млн чел. (на 1,5 %). Однако следует иметь в виду: методология расчета занятости по БТР такова, что балансовые оценки могут сглаживать колебания численности. Падение занятости продолжалось в течение всей активной фазы экономического кризиса до февраля 2010 г. Далее занятость начала восстанавливаться и в 2011 г. приблизилась к докризисному уровню.

Наиболее чувствительный «удар» кризис нанес ядру корпоративного сектора экономики – занятости на крупных и средних предприятиях (таблица 1). Эти предприятия потеряли за 2009 г. 1,6 млн работников списочного состава (4,3 %). Отметим, что и в период экономического роста (1999–2007 гг.) численность работников здесь тоже сокращалась – на 1 % в год. По мнению специалистов Организации экономического и социального развития, «эта отрицательная тенденция указывает на нехватку конкурентоспособности даже до кризиса, и, судя по всему, при быстром сокращении производства многие крупные и средние пред-

приятия были просто не в состоянии сохранить своих работников» [1]. Снижение занятости на крупных и средних предприятиях продолжилось и в 2010–2011 гг. В итоге за 2008–2011 гг. численность работающих уменьшилась на 4,0 млн чел. Тем самым, возвращение

к докризисному уровню общих показателей занятости происходит на фоне падения занятости на крупных и средних предприятиях, на которых сосредоточена основная часть хороших рабочих мест, что свидетельствует об ухудшении структуры рынка труда.

Таблица 1

Динамика численности занятых в формальном и неформальном секторах, млн чел.

Категория занятых	Год				Изменения	
	2007	2008	2009	2010	2009 к 2008	2010 к 2007
Занятые в экономике (по ОНПЗ)	70,8	70,6	69,3	69,8	– 1,3	– 1,0
Занятые в экономике (по БТР)	68,0	68,5	67,5	67,6	– 1,0	– 0,4
Занятые в формальном секторе (по полному кругу предприятий и организаций)	46,5	46,8	44,9	44,1	– 1,9	– 2,4
Занятые на крупных и средних предприятиях, всего	40,4	39,4	37,6	36,7	– 1,8	– 3,7
в т.ч. списочного состава	38,4	37,4	35,8	34,9	– 1,6	– 3,5
Занятые в неформальном секторе (по БТР)	21,5	21,7	22,6	23,5	+ 0,9	+ 2,0
Занятые в неформальном секторе (по ОНПЗ)	11,3	12,1	11,8	10,3	– 0,3	– 1,0

Источник: данные Росстата.

Оценки динамики занятости в неформальном секторе дают противоречивые результаты. Если рассчитывать занятость в неформальном секторе по «остаточному» принципу, который предполагает, что её размер представляет собой разницу между всей занятостью по БТР и «полным кругом» занятых на предприятиях и организациях, то тогда численность работающих в неформальном секторе российской экономики выросла в течение кризисного 2009 г. на 0,9 млн чел и составила 22,6 млн (это более пятой части всех занятых!). Однако данные опросов ОНПЗ не подтверждают эти результаты. По результатам ОНПЗ, в 2009 г. численность занятых и в формальном, и неформальном секторах снижалась (на 1,0 млн и 0,3 млн чел. соответственно). Столь существенные расхождения в оценках, очевидно, требуют специального исследования. Однако мы склонны в большей мере доверять оценкам ОНПЗ. По нашему мнению, к началу кризиса потенциал роста неформального сектора оказался во многом исчерпанным. Следовательно, в современных условиях он уже не мог выступить в качестве «амортизатора» негативных шоков (во всяком случае, в прежнем объеме).

Показатели общей безработицы на разворачивающийся экономический кризис прореагировали даже с некоторым опережением. Так, увеличение общего числа безработных, согласно данным Росстата, началось фактически с июня 2008 г. Следует иметь в виду, что сезонная

особенность безработицы такова, что летом наблюдается снижение или стабилизация её показателей. За три же летних месяца 2008 г. число безработных увеличилось на 400 тыс. человек. Затем рост численности безработных существенно ускорился: за сентябрь–ноябрь 2008 г. их количество возросло на 800 тыс человек, за декабрь 2008 г. – февраль 2009 г. – на 1800 тыс. В результате уже с июля 2008 г. численность безработных превосходила показатели соответствующего периода предыдущего года. Причем величина разрыва неуклонно возрастала: с 5,6 % в 3-м квартале 2008 г. до 52,2 % во 2-м квартале 2009 г. Уровень общей безработицы достиг своего пика (9,5 %) в феврале 2009 г., что было на 2–2,5 пункта выше аналогичного показателя в благополучные 2005–2007 гг. Рост числа безработных, определяемых по методологии Международная организация труда, продолжался до февраля 2010 г. К осени 2011 г. российский рынок труда вернулся к докризисным показателям: уровень общей безработицы составил 6,3 %.

На отрицательную экономическую динамику практически незамедлительно «отозвалась» и регистрируемая безработица. С осени 2008 г. в России начался рост её показателей. В апреле 2009 г. число официальных безработных составило 2,3 млн чел, увеличившись по сравнению с сентябрем–октябрем 2008 г. на 1,1 млн, т. е. почти вдвое. Её уровень вырос до 3 %, что соответствовало показателям 1999 г.

Следует признать, что рост регистрируемой безработицы произошел не только из-за кризиса. В определенной мере влияние оказал фактор сезонности, которая в динамике официальной безработицы выражена даже сильнее, чем в динамике общей. Кроме того, резкое увеличение числа безработных, обратившихся в органы государственной службы занятости, было «простимулировано» существенным повышением размера пособия по безработице и расширением доступа к его получению¹.

С мая 2009 г. рост числа зарегистрированных безработных приостановился, стабилизировавшись в пределах 2,0–2,2 млн чел., а затем, начиная со второй половины 2010 г., начал снижаться. В декабре 2010 г. уровень зарегистрированной безработицы составил 2,1 %, в декабре 2011 г. – 1,7 %, что было ниже докризисных показателей.

Ухудшение экономической конъюнктуры и снижение объемов производства заставили руководителей предприятий прибегнуть к различным механизмам оптимизации численности персонала. В первую очередь был интенсифицирован процесс увольнения работников (особенно в 4-м квартале 2008 г.). В результате коэффициент выбытия в 2008 г. достиг своего максимального значения за период 1990–2000-х гг. и составил 32,6 %, увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 1,3 пункта. Наибольший прирост этого показателя произошел в отраслях, которые сильнее других ощутили негативный экономический шок. Так, в обрабатывающей промышленности коэффициент выбытия вырос в 2008 г. по сравнению с 2007 г. на 3,2 пункта, в строительстве – на 5,9 пункта, в оптовой и розничной торговле – на 9,7 пункта, в гостиничном и ресторанном бизнесе – на 11,5 пункта. Столь существенное увеличение интенсивности выбытия персонала в сфере услуг объясняется ещё и меньшим административным контролем над данными предприятиями со стороны федеральных и региональных властей. Такой сильный сброс рабочей силы наблюдался на российском рынке труда лишь однажды – в середине 1994 г. Однако, как и в 1990-е гг., в структуре увольнений абсолютно преобладали увольнения по собст-

венному желанию. Доля уволенных по инициативе администрации в связи с сокращением численности, хотя и увеличилась в начале 2009 г. практически вдвое, не превышала 8–9 %. Относительно широкое распространение получили увольнения по соглашению сторон (10–14 %), которые позволяли работодателям снижать временные издержки увольнения.

Однако уже в начале в 2009 г. менеджмент предприятий был вынужден перейти к другой тактике оптимизации численности – резкому ограничению, а во многих случаях фактически «замораживанию» найма. Во многом это было вызвано действиями федеральных и региональных властей, которые, стремясь сдержать рост открытой безработицы и не допустить усиления социальной напряженности, начали использовать различные способы воздействия на бизнес, включая административное давление. Так, в администрациях многих субъектов РФ были созданы антикризисные штабы, с которыми руководители предприятий должны были согласовывать увольнения работников, а центрам занятости было предписано принимать от организаций уведомления о планируемых сокращениях только после их одобрения такими штабами. В результате в 2009 г. коэффициент найма уменьшился по сравнению с докризисным 2007 г. на 4,8 пункта и составил 26,2 % (минимальное значение за период 2000-х гг.). Падение его было максимальным в финансовой сфере – на 14,5 пункта, на предприятиях оптовой и розничной торговли – на 13,6 пункта, в строительстве – на 13,3 пункта, в обрабатывающей промышленности – на 9,4 пункта, в добывающей промышленности – на 8,9 пункта.

Рабочее время. Чрезвычайно активно отреагировали на кризис показатели вынужденной неполной занятости. Во втором полугодии 2008 г., впервые за 10-летний период, произошел рост, причем весьма существенный, её размеров. Объем неотработанного рабочего времени в связи с вынужденной неполной занятостью в 2008 г. увеличился вдвое и составил 186,7 млн человеко-часов, причем весь её прирост пришелся на последние месяцы года. Так, в 4-м квартале 2008 г. по сравнению с аналогичным периодом 2007 г. численность работающих неполное рабочее время по инициативе администрации увеличилась более чем в 20 раз (!), находящихся в административных отпусках – в 10 раз. Кроме того, примерно вдвое вырос приток в «условно-добровольную» неполную занятость, связанную с предоставлением отпусков по заявлениям самих работников.

¹ В соответствии со вступившими с 1 января 2009 г. поправками в закон «О занятости населения в Российской Федерации» максимальный размер пособия по безработице был увеличен более чем в полтора раза и составил 4900 руб. Кроме того, было установлено, что уволившимся по собственному желанию пособие по безработице будет выплачиваться в том же порядке, что и сокращенным работникам. В результате размер пособия по безработице для данной категории граждан существенно вырос.

В начале 2009 г. рост масштабов неполной занятости продолжился. Пик в использовании механизмов временной занятости пришелся на весну 2009 г. В апреле и мае 2009 г. каждый десятый работник обследуемых предприятий работал неполный рабочий день/неделю или находился в административном отпуске (свыше 1700 тыс чел.). С учетом находившихся в отпусках по собственному желанию, которые, как показывает практика, нередко работники вынуждены брать под давлением руководителей предприятий, эта доля возрастает до 16 %. Наибольшие размеры вынужденной неполной занятости были отмечены на предприятиях обрабатывающих производств – около 19 % списочной численности, а с учетом работников, имевших отпуска по собственному заявлению – более четверти (!). В результате среднестатистический работник отработал в 2009 г. на одну неделю меньше, чем в предыдущем 2008 г. (на 41 час, или на 2,3 %). Максимальное сокращение рабочего времени произошло в строительстве – на 116 час (6,5 %) и в промышленности – почти на 90 час (5,2 %), в том числе в обрабатывающей – на 105 час (6,2 %).

По мере снижения остроты кризисной ситуации сокращались и масштабы вынужденной неполной занятости. Так, в октябре–декабре 2009 г. число работавших неполное рабочее время и находившихся в административных отпусках снизилось до 1 млн чел. (в 1,7 раза), а через год не превышало 390 тыс чел. С определенной долей условности можно сказать, что показатели вынужденной неполной занятости опустились до докризисного уровня осенью 2011 г.¹

Заработная плата и доходы населения. С началом экономического кризиса возобновился процесс накопления задолженности по заработной плате. К началу апреля 2009 г. её объем достиг 8,8 млрд руб., увеличившись по сравнению с октябрем 2008 г. более чем в 2,5 раза. Численность работников, которые имели задержки по зарплате, выросла за этот же период с 206 тыс. до 541 тыс. Однако действия федерального центра не позволили раскрутиться спирали невыплат. Накопленная задолженность по заработной плате была признана одним из важнейших индикаторов, по которым оценивалась деятельность руководителей регионов. Как следствие, на региональ-

ном уровне руководители реальных и потенциальных предприятий-неплательщиков подвергались жесточайшему административному прессингу. Кроме того, были ужесточены санкции за нарушение законодательных норм, регулирующих своевременность выплаты заработной платы, а также контроль за их выполнением. По данным Роструда, за нарушение законодательства об оплате труда в 2009 г. было оштрафовано свыше 36,2 тыс должностных и более 8,4 тыс юридических лиц (в 2008 г. – 28,8 тыс и 6,9 тыс соответственно). В 2009 г. вдвое (до 9 тыс) возросло количество материалов, переданных органами Рострудинспекции в прокуратуру, за нарушение норм об оплате труда [2]. В результате численность работников, имеющих невыплаты, стабилизировалась весной 2009 г., а с июля стала снижаться. Уже к началу 2010 г. показатели, характеризующие невыплаты заработной платы, вернулись к докризисному уровню.

В целом по экономике реальная заработная плата сократилась в 2009 г. по сравнению с 2008 г. на 2,8 %. Безусловно, это уменьшение не идет ни в какое сравнение с её «провалами» во время кризиса 1990-х гг. Однако такое незначительное снижение может быть отчасти статистическим артефактом, связанным с 30-процентным повышением оплаты труда работников бюджетного сектора, произошедшим в начале 2009 г. Действительно, в производственном секторе падение реальной заработной платы было гораздо сильнее: в строительстве – на 10,4 %, в промышленности – почти на 5 %, в том числе в обрабатывающей – на 6,4 %. При этом принципиальное отличие нынешней ситуации от ситуации 1990-х гг. состояло в том, что уменьшение реальных заработков было в большей степени связано с прямым снижением номинальной заработной платы и в меньшей – с их инфляционным обесценением.

В 2010 г. рост реальной заработной платы возобновился, но темпы его были низки (4,2 % в год), а в 2011 г. они даже замедлились (до 3,5 %). Динамика доходов населения в целом следует за динамикой реальной заработной платы. В 2009 г. реальные доходы увеличились на 1,9 %, в 2010 г. – на 4,3 %. 2011 г. начался со спада реальных доходов населения, который удалось преодолеть только к ноябрю с помощью повышения пенсий и заработной платы отдельным категориям бюджетников. Однако, несмотря на предпринятые меры, в целом за 2011 г. прирост доходов был минимальным (на 0,8 %). Всего за трехлетний период (2009–2011 гг.) реаль-

¹ С декабря 2008 г. Росстат ввел новую форму сбора и предоставления сведений о вынужденной неполной занятости на крупных и средних предприятиях, что делает невозможным прямое сопоставление данных.

ная заработная плата увеличилась на 4,8 %, реальные доходы населения – на 7,1 %, что резко контрастирует с двузначными докризисными показателями динамики доходов (на 11–13 % в год).

Основные показатели, позволяющие оценить характер адаптации российского рынка труда в ответ на шок 2008–2009 гг., представлены в таблице 2.

Таблица 2

Динамика основных показателей рынка труда (2009 г. к 2008 г., %)

Проблемная отрасль	Объем выпуска	Численность занятых	Рабочее время	Совокупные затраты труда*	Реальная зарплата	Эластичность занятости	
						по численности	по совокупным затратам труда
Экономика	– 7,9	– 1,9	– 2,3	– 4,2	– 2,8	0,24	0,53
Промышленность	– 9,3	– 5,9	– 5,2	– 10,8	– 4,9	0,63	1,16
Обрабатывающая промышленность	– 15,2	– 7,2	– 6,2	– 13,0	– 6,4	0,47	0,86
Строительство	– 16,0	– 3,8	– 6,5	– 10,1	– 10,4	0,24	0,63

* Совокупные затраты труда определяются как произведение численности занятого населения и времени, отработанного 1 работником.

Источник: данные Росстата, расчеты автора.

По нашим расчетам, падение выпуска на 1 пункт во всей экономике сопровождалось снижением числа занятых на 0,24 пункта, в промышленности – на 0,63 пункта. Эластичность, рассчитанная по совокупным затратам труда, динамика которых учитывает изменения и численности занятых, и продолжительности рабочего времени, выше – 0,53 и 1,16 соответственно. Полученные значения эластичности в целом соответствуют аналогичным показателям кризисного периода 1990-х гг.

Особенность кризиса 2008–2009 гг. состояла в активных действиях федеральной власти по регулированию ситуации на рынке труда. Фактически впервые после начала реформ 1990-х гг. государство проявило высокую активность в этой сфере, приняв ряд важных решений, прямо или косвенно влияющих на рынок труда и сферу занятости. Одни из них были разработаны ещё в период экономического роста, другие стали непосредственной реакцией на начавшийся кризис. К их числу следует отнести: увеличение минимального размера оплаты труда, 30-процентное повышение заработной платы бюджетникам, увеличение размера пособия по безработице, открытие информационного портала «Работа для всех», уменьшение миграционных квот, увеличение числа бюджетных мест в магистратуре и аспирантуре. Правительством была разработана специальная антикризисная программа по снижению напряженности на рынке труда, которая включала в себя четыре основных направления: организацию общественных работ и соз-

дание временных рабочих мест; опережающее обучение работников; содействие переезду безработных; содействие малому предпринимательству и самозанятости среди безработных. По итогам 2009 г. в мероприятиях, предусмотренных программой, приняло участие свыше 2,8 млн чел. (около 4 % экономически активного населения). Наиболее масштабной стала организация общественных и временных работ, на которую приходилось 72 % всех средств, выделенных в рамках антикризисного пакета, и 87 % участников [3, с. 66]. Кроме того, в 2009 г., опасаясь всплеска открытой безработицы, правительство осуществило поддержку ряда крупных предприятий, предотвращая тем самым массовые высвобождения работников. Несомненно, принятые меры сыграли определенную роль в сохранении рабочих мест и стабилизации доходов отдельных групп работников и безработных. Однако главным их результатом стали искусственное поддержание занятости, в том числе и на неконкурентоспособных предприятиях, консервация старых неэффективных рабочих мест, перевод безработицы в скрытую форму. Как и ранее, действия государства свелись прежде всего к сдерживанию безработицы, в первую очередь её регистрируемой части, и не ставили цели реструктуризации рынка труда и повышения эффективности занятости.

Подведём некоторые итоги. Во-первых, на кризис 2008–2009 гг. российский рынок труда «откликнулся» гораздо более оперативно, чем в 1990-е гг. Динамика показателей рынка

труда следовала за индикаторами экономической активности с минимальным временным лагом. Во-вторых, ценовая подстройка рынка труда, доминировавшая в период трансформационного кризиса 1990-х гг., оказалась задействована гораздо в меньшей степени. Основные причины: ограничение возможностей инфляционного обесценения зарплаты и усиление инфорсента со стороны государства, резко сузившее возможности использования предприятиями практики задержек зарплаты. В-третьих, численная подстройка осуществлялась менеджментом предприятий активнее, чем раньше, особенно на начальном этапе кризиса. Однако в итоге эластичность численности занятых к экономическому шоку оказалась на уровне 1990-х гг. В-четвертых, по-прежнему важнейшим инструментом адаптации выступило резкое сокращение рабочего времени. В целом реакция рынка труда практически в равной мере распределилась между численной, временной и ценовой подстройкой. В-пятых, государственная политика по регулированию рынка труда была в первую очередь нацелена на сохранение рабочих мест и сдерживание открытой безработицы.

В результате специфическая модель российского рынка труда в основном сохранила свои системные характеристики. Она вновь, как и в 1990-е гг., обеспечила относительно быст-

рую и «мягкую» (с низкими социальными издержками) количественную подстройку параметров рынка труда к изменениям рыночной конъюнктуры. Однако такое развитие рынка труда, обеспечивая большую социально-политическую стабильность, ведет к консервации низкопроизводительных рабочих мест и неэффективной структуры занятости, стагнации занятости даже в условиях экономического роста, усилению сегментации, деформализации и региональной дифференциации, росту числа работающих бедных и в целом создаёт серьезные препятствия для модернизации российской экономики, её инновационного развития, осуществления структурных реформ.

1. Обзоры ОЭСР по рынку труда и социальной политике: Российская Федерация. ОЭСР (2011). – URL : <http://dx.doi.org/10.1787/9789264119345-ru>.

2. Доклад руководителя Федеральной службы по труду и занятости Ю. Герция на расширенном заседании Коллегии. – URL : www.rostrud.ru/press-centre/49/18813.shtml.

3. Модернизация и развитие человеческого потенциала: доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации за 2011 г. / под ред. А. А. Аузана, С. Н. Бобылева. – М. : ПРООН в РФ, 2011.

ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ КОМПЕТЕНЦИЙ НА ОСНОВЕ СТАНДАРТИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

TECHNOLOGY OF COMPETENCIES' DEVELOPMENT BASED ON STANDARDIZATION OF ACTIVITY PROCESS

К.В. Гилева, О.Л. Сафронова, К.В. Солоусова
K.V. Gileva, O.L. Safronova, K.V. Solousova

Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирск

В статье рассмотрены методология и технология разработки профессиональных стандартов и основанных на них моделей компетенций работников при реализации различных подходов к управлению персоналом. Рассмотрены направления использования профессиональных стандартов в практической деятельности и связанные с этим изменения в традиционных технологиях управления персоналом.

The article discusses the methodology and technology for development of professional standards and the models of worker's competences based on them in using various approaches to managing the personnel. The authors considers the directions using the professional standards in practical activities and the variations in the traditional technologies of management personnel connected with it.

Ключевые слова: профессиональный стандарт, процесс, трудовая деятельность, трудовая функция, модель компетенций.

Key words: professional standard, process, labor activity, labor function (duty), competency model.

Изменения, происходящие в различных отраслях экономики России, сопряжены как с появлением новых по содержанию и способу организации труда видов профессиональной деятельности, так и с трансформацией традиционных. Внедрение новых средств труда существенно влияет на содержание деятельности в «устоявшихся» профессиях, развитие сферы услуг и коммуникаций порождает принципиально новые предметы труда, все это делает невозможным использование применявшихся на протяжении нескольких десятилетий тарифно-квалификационных справочников, справочников должностей руководителей, специалистов и других служащих, классификаторов занятий, типовых должностных инструкций, профессиограмм и иных инструментов организации труда на предприятии.

Это актуализирует целый ряд задач, связанных с нормированием и регламентацией труда исполнителей данных видов профессиональной деятельности. В свою очередь, решение этих задач должно стать основой для разработки моделей требований к уровню профессиональной и личностной компетентности исполнителей, найти свое отражение в учебных программах учреждений профессионального образования, в методиках деловой оценки персонала.

В этой ситуации проблемой, требующей первоочередного решения, становится проблема методологии и методики анализа профессиональной деятельности, которая носит не только (и не столько) прикладной характер, так как предполагает системный анализ факторов и механизмов осуществления деятельности в условиях современной экономики, ревизию устоявшихся подходов и инструментов описания и регламентации труда работников.

Обратившись к опыту теоретических и практических исследований, проведенных в течение последних нескольких лет в области анализа деятельности различных категорий работников, мы зафиксировали несколько тенденций, описывающих состояние и перспективы данного направления экономики труда:

– делегирование инициативы в части изучения и регламентации деятельности от государственных институтов и академической науки профессиональным сообществам, подтверждением чему может служить создание в РФ Национального агентства развития квалификаций (НАРК) при Российском союзе промышленников и предпринимателей;

– преобладание на практике аналитических методов изучения деятельности над классическими эмпирическими (прежде всего фо-

тохронометражем) как в силу дороговизны и временной затратности последних, так и их непригодности для изучения умственного, в том числе управленческого, труда, удельный вес которого в экономике нарастает;

– отсутствие у многих видов деятельности полного набора признаков и характеристик профессии, что не дает возможности, в частности, использовать в их отношении профессиографирование.

Значимость последней тенденции возрастает в том случае, если на практике деятельность анализируется в рамках процессного подхода к ее рассмотрению. Классическая модель профессиональной деятельности удовлетворяет парадигме структурно-функционального подхода (и, отчасти, системного), но утрачивает свою актуальность при анализе процессов, так как отдельные виды деятельности в процессе не являются специфичными для конкретных профессий.

Все это позволяет предположить, что в ближайшие несколько лет востребованной методологией анализа деятельности работников станет методология стандартизации процесса деятельности. В ее основе лежит представление о профессиональном стандарте как о документе, раскрывающем с позиций работодателя (и/или профессиональных сообществ) содержание профессиональной деятельности в рамках выделенных в организации процессов, а также требования к квалификации и компетенциям работников, исполняющих данный вид деятельности. Данное предположение подтверждается достаточно широким распространением стандартизации за рубежом (в частности, в научной литературе подробно описан опыт разработки профессиональных стандартов в США и странах Евросоюза), а также государственным признанием актуальности систематизации и организации труда в различных отраслях экономики именно на основе разработки и внедрения профессиональных стандартов.

В чем же достоинства профессионального стандарта как инструмента регламентации деятельности?

Во-первых, несмотря на название (профессиональный стандарт), в основе данного документа лежит описание и анализ трудовой деятельности как таковой, вне её привязки к конкретной профессии. В частности, авторы имеют опыт разработки и внедрения профессиональных стандартов в организации, функционирующей в рамках модели процессов. В данном случае процесс рассматривался в качестве самостоятельного вида деятельности.

Заметим, что в данном случае разработка профессиональных стандартов в одной организации является оправданной, так как данная организация является, по сути, отраслью национальной экономики Республики Казахстан.

Целесообразность использования стандартизации при анализе процессов обосновывалась пониманием процесса в организации как совокупности взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности, преобразующих входы в выходы, представляющие ценность для клиента (данное определение предлагается в Международном стандарте ISO 9000:2000). Выстраивание архитектуры процесса из отдельных элементов – видов деятельности согласуется с архитектурой функции в организации, хотя и предполагает иную логику группировки элементов деятельности. То, что в традиционной профессиональной деятельности является предметом труда, в процессе становится одним из входов, результат профессиональной деятельности – выходом процесса. По сути, в реализации как функции, так процесса в организации ядром остается трудовая деятельность конкретного исполнителя.

Во-вторых, профессиональный стандарт, являясь стандартом по содержанию (отношению к описываемой трудовой деятельности), по своей форме является достаточно гибким документом, что позволяет осуществлять как развернутый, детализированный, так и концептуальный анализ трудовой деятельности, предполагает возможность различной глубины анализа деятельности. Это, в свою очередь обеспечивает различную степень детализации требований к исполнителю деятельности, в зависимости от потребностей разработчика. На основе базовых (национальных) профессиональных стандартов могут быть разработаны отраслевые стандарты, учитывающие специфику осуществления трудовой деятельности в конкретной отрасли, стандарты для отдельных профессиональных и деловых объединений, стандарты крупных компаний и корпораций, отражающие необходимость овладения работниками (исполнителями деятельности) специфическими корпоративными компетенциями. Даже общий анализ национальных профессиональных стандартов США, Великобритании, Германии и Франции и методик их разработки показал значительную вариативность технологии стандартизации.

В-третьих, важным преимуществом стандартизации является то, что базируется на уровневой модели анализа выполнения деятельности. Квалификационный уровень – совокуп-

ность требований к профессиональным компетенциям работников, дифференцируемых по параметрам сложности, нестандартности трудовых действий, ответственности и самостоятельности исполнителя определенной трудовой функции. При этом используется следующая логика: сложность осуществления трудовых действий задает требования к профессиональным умениям исполнителя, уровень ответственности и самостоятельности – к общим компетенциям (прежде всего личностным), нестандартность деятельности – к объему и глубине специальных знаний. В отличие, например, от профессиограммы, которая не отражает внутренней неоднородности профессии, ее иерархичности по отношению к различным трудовым задачам, профессиональный стандарт дает возможность «вертикальной» развертки деятельности. Соотнося компетенции работника с различными уровнями деятельности, мы получаем возможность использования профессионального стандарта как инструмента развития и оценки персонала. Выделение конкретного числа уровней деятельности так же, как и в случае с выбором формы профессионального стандарта, остается на усмотрение разработчика и согласуется с его задачами в области управления персоналом. На практике используются как трехуровневые модели профессиональных стандартов, отражающие специфику исполнения, оперативного и стратегического руководства деятельностью, так и более сложные, шести-, семи- и девятиуровневые модели. При разработке и внедрении профессиональных стандартов в Республике Казахстан авторы использовали именно последнюю, девятиуровневую модель, которая основывается на Европейской рамке квалификаций и активно используется как в странах Евросоюза, так и в России.

Наконец, четвертым и самым существенным аргументом в пользу стандартизации является возможность построения на основе профессионального стандарта развернутой модели компетенций, которая может быть использована при решении целого комплекса задач управления персоналом, в том числе и в случае, когда работники становятся участниками различных бизнес-процессов. В структуре профессионального стандарта модель компетенций представлена в виде двух дополняющих карточек: карточки уровня и карточки трудовой функции. Под трудовой функцией в этом случае понимается базовая единица профессионального стандарта – структурный элемент, характеризующий составную часть

вида трудовой деятельности и представляющий собой интегрированный и относительно автономный набор трудовых действий, определяемых анализируемым процессом и уровнем исполнения. Каждая трудовая функция предполагает наличие необходимых компетенций для ее выполнения. В качестве примера здесь можно привести одну из карточек, разработанных авторами при стандартизации процесса управления персоналом (см. таблицу 1). Данная карточка составлена на трудовую функцию «Определение потребности в кадрах на краткосрочную перспективу» и выполняется на пятом квалификационном уровне. Отметим, что требования к профессионально значимым личностным качествам работников представлены в ней в самом общем виде, так как в дальнейшем предполагается их детализация в рамках деятельности ассесмент-центра компании под конкретные задачи и технологии деловой оценки. Собственно карточка трудовой функции и составляет ядро профессионального стандарта, так как именно в ней описываются (стандартизируются) требования к исполнителю конкретного вида и компонента трудовой деятельности. Таким образом профессиональный стандарт становится инструментом не столько квалификационного сколько компетентностного подхода к управлению персоналом, сохраняя при этом все достоинства первого (четкость требований к исполнителю, отражение профессиональных ЗУН, требований трудового законодательства).

Это дает возможность рассматривать следующие направления использования профессионального стандарта как инструмента управления персоналом организации:

- в качестве методики регламентации деятельности работника на конкретной позиции в организации (при этом обобщается информация из карточек всех трудовых функций, осуществляемых исполнителем на своей позиции; в процессном подходе это дает возможность соединять все виды деятельности, осуществляемые работником в различных бизнес-процессах, в едином документе – должностном регламенте, который можно рассматривать как аналог традиционной должностной инструкции);

- в качестве основы для разработки оценочных технологий для различных задач оценивания работников;

- в качестве ориентира при организации профессионального обучения сотрудников компании при разработке учебных планов и содержания учебных программ;

– в качестве модели развития при формировании кадрового резерва организации и при принятии решения о служебном продвижении работника (исходя из того, какому квалификационному уровню соответствует актуальная компетентность работника);

– в качестве критерия при построении системы материального стимулирования деятельности персонала организации (в этом случае анализ того, к каким квалификационным уровням относится та или иная деятельность

работника, можно использовать при принятии решения о размере оплаты данного вида трудовой деятельности).

Изложенные выше аргументы, с нашей точки зрения, говорят в пользу принятия тезиса о том, что профессиональный стандарт как инструмент управления персоналом имеет широкие перспективы использования при различных моделях и концепциях как общего менеджмента, так и управления человеческими ресурсами организации.

Карточка трудовой функции

Трудовые операции	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение количественного и качественного состава работников соответствующего структурного подразделения исходя из его оперативных целей. 2. Планирование высвобождения персонала. 3. Определение потребности в дополнительном приеме и в замещении персонала по причинам естественной текучести. 4. Анализ уровня текучести кадров по категориям работников соответствующего структурного подразделения
Необходимые знания	<ol style="list-style-type: none"> 1. Знание нормативных правовых актов Республики Казахстан и актов, регламентирующих производственно-хозяйственную деятельность общества, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> – Трудового кодекса РК; – Закона РК «О железнодорожном транспорте»; – Закона «Об акционерных обществах»; – кадровой политики компании; – плана мероприятий по реализации кадровой политики; – коллективного договора между компанией и его трудовым коллективом; – отраслевого соглашения по социально-экономическим вопросам; – перечня должностей (профессий) работников железнодорожного транспорта и квалификационных требований, предъявляемых к ним; – методики определения потребности в кадрах. 2. Знание специфики железнодорожного транспорта. 4. Знание методов определения потребности в кадрах
Необходимые умения, навыки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Умение применять на практике методы и инструменты определения потребности в персонале. 2. Умение работать в автоматизированной информационной системе по учету персонала. 3. Умение работать в модуле учета персонала «АБУ Фаворит». 4. Использование приемов сбора информации
Профессионально значимые личностные качества	<ol style="list-style-type: none"> 1. Способность к высокому уровню абстрагирования. 2. Направленность на дело. 3. Высокий уровень аналитичности мышления. 4. Эмоциональная уравновешенность
Требования к уровню здоровья работника и медицинские ограничения	Регламентируются законодательством Республики Казахстан
Допуск к работе и требования к сертификации работника	Не предусмотрены
Иные требования к работнику	<ol style="list-style-type: none"> 1. Неразглашение конфиденциальной (служебной) информации во время выполнения трудовых функций и после прекращения трудовой деятельности в обществе. 2. Желательно знание государственного языка
Минимальный возраст приема на работу	18 лет

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ

THE LABOR FORCE DEMAND'S MODERN TRENDS

М.Д. Калоиди

M.D. Kaloidi

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва

В процессе планирования человеческих ресурсов важное место занимает определение потребности в персонале и рациональное планирование численности. При этом организациям необходимо учитывать тенденции функционирования внешнего и внутреннего рынков труда. Данная статья посвящена анализу современных тенденций в изменении спроса на рабочую силу на макроуровне, динамики предложения и вакансий на рынке труда. Рассматриваются основные факторы определения потребности в персонале и спроса на рабочую силу, перспективы их формирования в 2012 г. в отраслевом аспекте.

Identifying of the main trends in labor demand is the essential part of HR planning. This article is dedicated to a profound study of the main terms of labor market, exposure of the main trends and regularities of labor force demand, and identifications of prospects in sectoral aspects. The analysis was based on the statistical information implemented throughout analysis of dynamical changes.

Ключевые слова: спрос на рабочую силу, предложение рабочей силы, рынок труда, планирование человеческих ресурсов.

Key words: demand and supply of labor force, labor market, HR planning.

Процесс управления предприятием складывается из многих функций, важнейшими из которых являются планирование и прогнозирование. Планирование человеческих ресурсов и оценка потребности в них – неотъемлемая составляющая планирования бизнеса, именно она интерпретирует стратегические бизнес-планы с точки зрения требований к людям. С изменением рыночной конъюнктуры меняется и динамика, структура потребности в персонале.

В группе ресурсов предприятия человеческие ресурсы занимают важное место, их эффективное и рациональное планирование имеет ключевое значение в повышении производительности труда и эффективности производства в целом. Процесс планирования потребности в персонале может концентрироваться и на конкретных сферах деятельности в рамках организации, где возможно предсказать будущие потребности в ресурсах. Блок управления персоналом и социальным развитием выделяется в отдельный функциональный блок в принципиальной схеме формирования системы показателей планирования [1, с. 28]. Основные аспекты влияния кадрового потенциала на эффективность производства предполагают определение ключевых, с точки зрения управления персоналом, этапов, в соответствии с ко-

торыми должно осуществляться кадровое планирование.

Предметом планирования человеческих ресурсов в данном контексте являются следующие показатели: численность и структура персонала, производительность труда, оплата труда, потребность в рабочей силе, кадровый резерв на выдвижение, нормы времени, выработки, производственной программы, длительность производственного цикла и проч. Начальным этапом кадрового планирования является определение качественной и количественной потребности в персонале, необходимого для реализации заданной производственной программы.

В рыночных условиях потребность в рабочей силе на предприятиях определяется величиной спроса на изготавливаемую продукцию, производимые работы и оказываемые услуги. Спрос на трудовые ресурсы в условиях рынка является производным от готовых товаров и услуг, выпускаемых с помощью этих ресурсов, и характеризуется объемом и структурой общественных потребностей в рабочей силе, представленной на рынке труда и обеспеченной фондами оплаты труда и жизненных средств. Помимо этого, существенными факторами, определяющими современные тенденции

формирования спроса на рабочую силу, являются процесс изменения форм собственности, экономический кризис, инвестиционный климат, развитие внешнеэкономических связей. В ряде исследований отмечается, что в отдельных отраслях (нефтедобывающая, нефтеперерабатывающая, газовая, цветная металлургия) даже при сокращении объемов производства спрос на рабочую силу и численность работников возрастает, так как производительность труда уменьшается быстрее, чем падают объемы производства. В связи с изменениями объемов производства и производительности труда численность принятых на предприятие и выбывших меняется.

Как на действующих предприятиях, так и на проектируемых, годовые объемы спроса на

производство продукции должны служить основой расчета потребности всех категорий работников [2, с. 35]. Необходимый профессионально-квалификационный состав работников формируется с учетом действующих на рынке труда законов спроса и предложения. Таким образом, можно сделать вывод, что оптимальная (необходимая для выполнения данной производственной программы) численность персонала определяется точкой пересечения кривых спроса на рабочую силу со стороны работодателя и ее предложения на рынке труда. Перечень факторов, влияющих на определение качественной и количественной потребности в рабочей силе, представлен в таблице.

Факторы определения потребности в персонале

<i>Внешние факторы</i>		
<i>Факторы</i>	<i>Характер влияния</i>	<i>Методы определения</i>
Макроэкономические (темпы экономического роста, уровень инфляции и безработицы, структурные изменения)	Стратегия предприятия, бытовые, финансовые возможности (привлечения кредитных ресурсов) и проч.	Анализ тенденций и их оценка
Развитие техники и технологии	Потребность в персонале определенного уровня квалификации	Оценка требований к обслуживанию оборудования
Политические изменения	Макроэкономические последствия, стратегия развития экономики страны	Мониторинг политической ситуации в государстве
Изменение рыночной конъюнктуры, стратегии по освоению новых рынков; изменение структуры рынка и спроса; конкурентные отношения; экономическая политика страны, налоговая, демографическая политика и проч., конъюнктура на рынке труда; тарифные соглашения	Сбытовые возможности, себестоимость/накладные расходы и проч.	Анализ тенденций и их оценка; анализ рынка; анализ положения предприятия на рынке; анализ макроэкономических процессов и показателей; прогнозирование последствий, анализ принятых соглашений
<i>Внутренние факторы</i>		
Запланированный объем сбыта товаров/оказания услуг	Количественные и качественные потребности в кадрах (новый или пониженный спрос)	Принятие управленческих решений в соответствии с оценкой внешних факторов
Техника, технология, организация производства и труда	Численность необходимого персонала; объем и качество готовой продукции	Показатели на основе эмпирических данных организационного характера и науки о труде
Текущая численность персонала	Дополнительная потребность работников для замены выбывших; дополнительные временные, финансовые, альтернативные издержки	Учет и оценка убытков
Простои	Нерациональное использование человеческих ресурсов, сокращение объемов производства, снижение производительности труда, финансовых результатов и проч.	Определение уровня текучести, доли простоев, анализ их причин
Стратегия профсоюзов	Кадровая политика, коллективный договор	Переговоры

Отдельные заявленные предприятиями объемы потребности в персонале в совокупности составляют потребность отрасли, региона и проч. Информация о перспективной потребности организаций в наемном труде является необходимой основой регулирования сфер и областей экономики на макроуровне и мезоуровне, используется для разработки прогнозов социально-экономического развития и мониторинга его эффективности. Опыт методологического и методического обеспечения прогнозирования потребности в наемном труде широко представлен в отечественной и зарубежной литературе. Многие исследователи отмечают, что для зарубежной практики характерно многообразие подходов к прогнозированию потребности в рабочей силе. При этом в методологии оценки общим является дифференциация областей исследования: национальный и региональный уровни, отраслевой уровень и уровень отдельной организации, а также выделение компонентов совокупной по-

требности и учет особенностей ее изменения. В настоящее время службой государственной статистики осуществляется мониторинг потребности в персонале на уровне регионов Российской Федерации.

Анализ динамики вакантных мест 2008–2011 гг. и изменения потребности в рабочей силе позволяет сделать следующие выводы. На конец 2009 г., в период экономического кризиса наибольшая потребность в персонале была заявлена в области государственного управления, обеспечения военной безопасности, социального страхования, операций с недвижимым имуществом и здравоохранении наряду с высоким и постоянным выбытием кадров в этих сферах, наименьшая – в рыболовстве и гостиничном бизнесе (см. рис. 1). Также значительную потребность в рабочей силе демонстрируют и продолжают наращивать обрабатывающие производства, особенно производство продуктов питания.

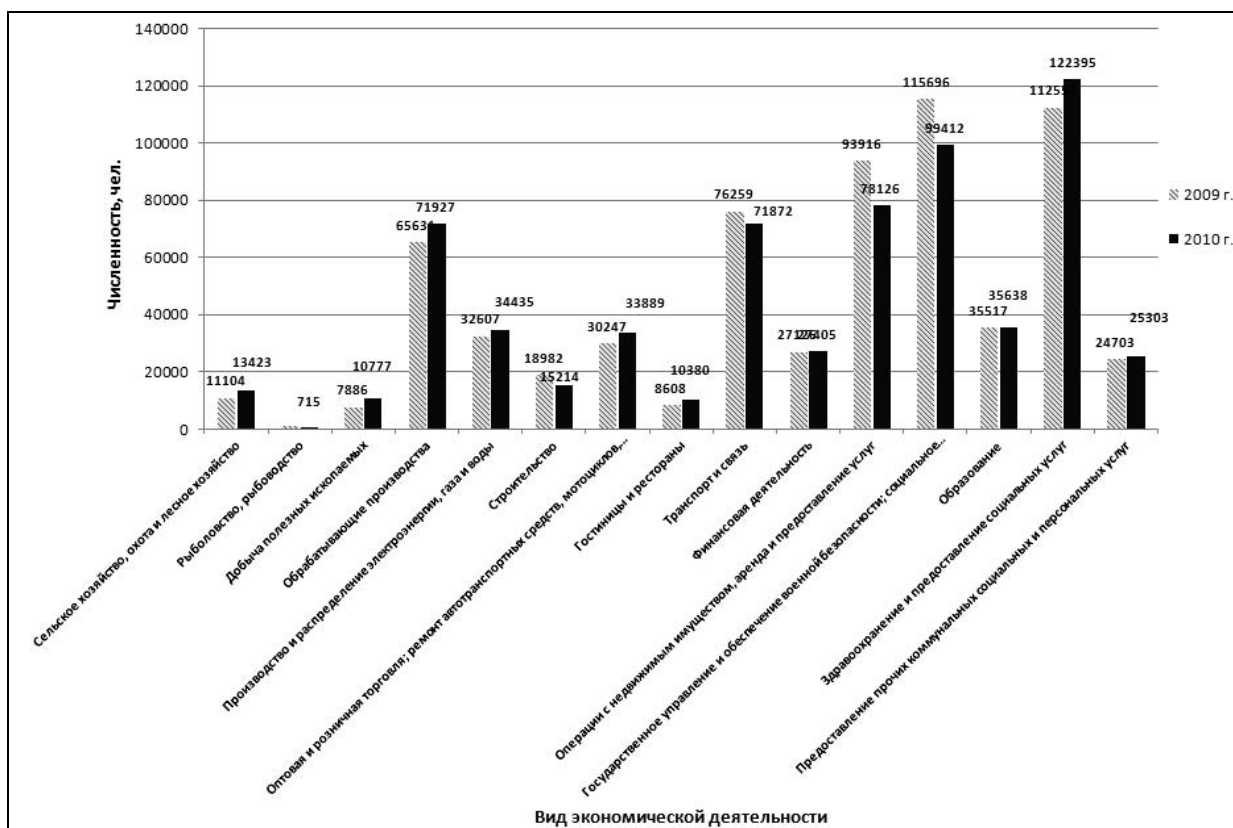


Рис. 1. Численность требуемых работников на вакантные рабочие места по видам экономической деятельности

На конец 2010 г. наибольшее количество свободных вакантных мест по-прежнему наблюдалось в области здравоохранения, что составляет 18,8 % от общего числа вакантных рабочих мест, в государственном управлении, обеспечении военной безопасности, социаль-

ного страхования (15,3 %) и в оказании услуг с недвижимым имуществом, аренды (12 %) [3]. В 2011 г., по оценкам количества публикуемых вакансий, потребность в персонале продолжала сохраняться на высоком уровне в области здравоохранения, промышленности (за

счет ИТР и рабочих), проявил тенденцию к росту и рынок информационных технологий, возрос спрос на разработчиков (java, web и проч.) и сервисных инженеров.

Отрицательное сальдо движения рабочей силы наблюдается в сфере производства нефтепродуктов, сельском хозяйстве. В целом по отраслям народного хозяйства сокращение числа свободных рабочих мест составило 1,6 % по 2009 г., что свидетельствует о незначительном сокращении потребности в персонале. Следует отметить, что, несмотря на то, что в области здравоохранения и недвижимости общая потребность в персонале остается максимальной, темп ее снижения также высок, это объясняется тем, что имеющееся предложение

рабочей силы недостаточно и носит «догоняющий» характер относительно спроса на данный персонал.

Следует отметить и тенденции изменения в структуре потребности по профессиональным группам: относительно 2008 и 2010 г. (эта тенденция сохранялась в 2011 г.) наибольшая потребность наблюдается в специалистах высшего уровня квалификации в различных отраслях, особенно это касается технических специалистов (рис. 2). Значительно растет потребность в рабочих (промышленных предприятий, строительства, транспорта, связи, геологии и разведки недр), как квалифицированных, так и неквалифицированных.

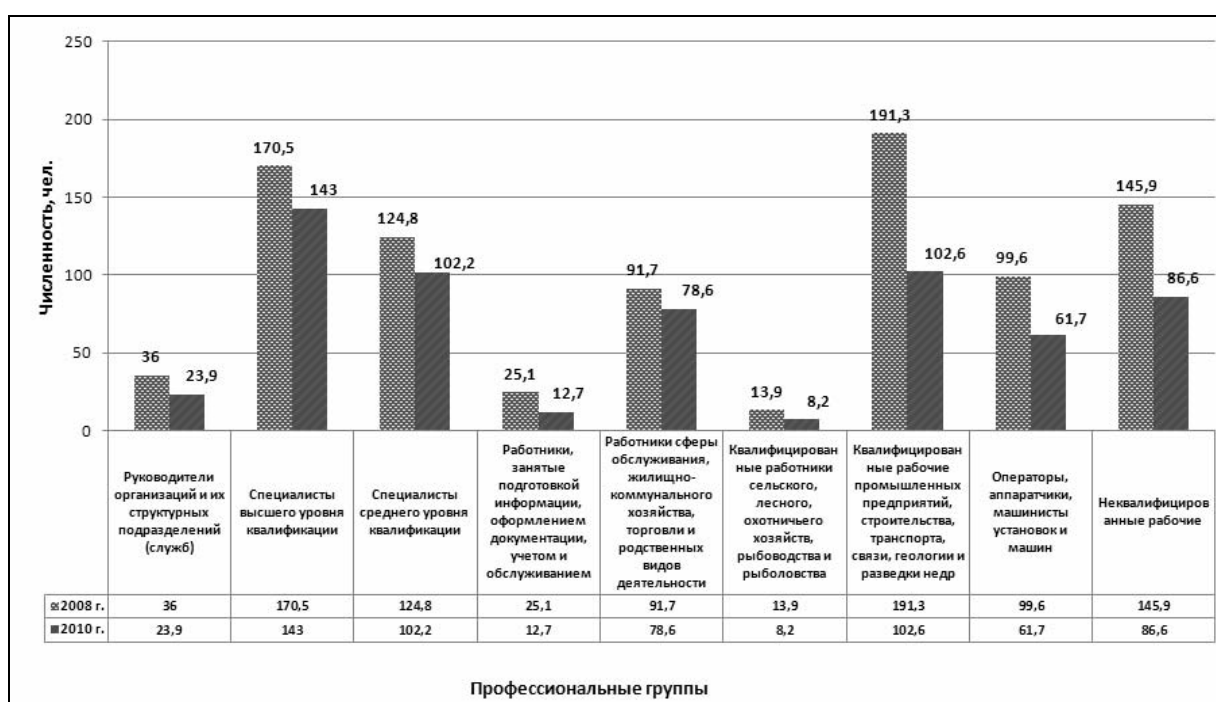


Рис. 2. Потребность организаций в работниках для замещения вакантных рабочих мест по профессиональным группам

Под влиянием кризисных явлений 2008–2009 гг. в конфигурации рынка труда и потребности в персонале в 2010–2011 гг. наблюдались следующие тенденции:

- возрос спрос на рабочих промышленного сектора;
- возрос спроса на высококвалифицированных работников традиционных профессий, способных производить конкурентоспособную продукцию;
- если 1990-е и начало 2000-х характеризовались снижением потребности в неквалифицированных рабочих (безработица среди них росла даже в период оживления экономики), то в 2010–2011 г. потребность в данной категории

персонала возросла и составила около 16 % от общего числа вакантных рабочих мест;

- сдвиги в профессиональном составе работающих отражают изменения в масштабах и отраслевой структуре спроса на рабочую силу. Это обусловлено, во-первых, снижением в результате спада производства доли инженерно-технических специалистов всех профилей и рабочих, во-вторых, увеличением численности финансистов, юристов и проч., которые в максимальной степени ощутили кризис на рынке труда, сейчас же рынок демонстрирует рост потребности и числа вакансий в данных областях;
- если кризис 1998 г. в наибольшей степени повлиял на сокращение потребности в ра-

бочей силе двух крупных профессиональных групп инженеров и рабочих-станочников, то в 2010–2011 гг. потребность демонстрировала временную стагнацию и последующий рост.

Оценка ситуации на рынке труда в 2011 г. свидетельствует о росте спроса и предложения на персонал, «подвижности рынка труда». Исследователи отмечают, что в 2011 г. рынок вышел на докризисные показатели по большинству отраслей экономики. Количество открытых позиций к концу года практически сравнимо с докризисным периодом. В 2011 г. количество запросов работодателей на подбор персонала увеличилось на 25 % по сравнению с 2010 г., что символизирует эффект отложенного спроса на персонал после кризиса. Однако в 2011 году рост показали лишь 4 отрасли: фармацевтика (самый низкий уровень безработицы (1,2 %) отмечается среди специалистов с высшим профессиональным образованием по направлению «здравоохранение» [3]), промышленный сектор, информационные технологии и сфера товаров народного потребления. Вслед за восстановлением потребительского спроса на продовольственные товары произошла стабилизация объемов найма персонала в сфере товаров народного потребления. Рост по сравнению с 2008 г. составил около 5 %. Как отмечают аналитики компании Хэдхантер, в целом последние три года наблюдался стабильный рост числа вакансий с незначительным сезонным падением показателей в период отпусков и новогодних праздников. Таким образом, можно говорить, что в настоящее время рынок труда полностью стабилизировался.

Следует отметить, что данные отрасли сохраняли устойчивую потребность в персонале на протяжении 2008–2011 гг., экономический кризис 2008 г. сформировал лишь отложенный спрос на персонал, но не снизил потребности в рабочей силе.

Рост спроса на персонал продолжается и в промышленном секторе, высока потребность в сотрудниках среднего звена, преимущественно в инженерных кадрах. Так, к примеру, в московском регионе в 2011 г. самыми дефицитными специалистами оказались инженеры и рабочие различных специальностей. Наиболее востребованными специальностями в 2011 г. являлись следующие [4]:

- специалисты, менеджеры по продажам;
- руководители отделов продаж;
- менеджеры по работе с ключевыми клиентами;
- инженеры, технологи, технические специалисты со знанием английского языка;

- IT-программисты, web-разработчики;
- медицинские представители, региональные менеджеры;
- финансовые, портфельные, макроэкономические аналитики;
- квалифицированные рабочие.

Сокращение зарплат и количества рабочих мест в регионах вследствие экономического спада привело к повышению миграционных тенденций внутри страны. В период с 2008 по 2011 г. мобильность населения повысилась почти в два с половиной раза. Основные миграционные потоки направлены с востока на запад – из Дальневосточного и Сибирского регионов в Москву, Санкт-Петербург и Южный федеральный округ.

Что касается перспектив формирования потребности в персонале в 2012 г., то здесь можно выделить следующие важные факты: потребность компаний в персонале по результатам 2011 г. сравнима с 2008 г., дальнейший рост может быть обусловлен прогнозом Международного валютного фонда по росту ВВП России на 3,5 %. Таким образом, рост отраслей экономики отразится на появлении новых рабочих мест на рынке труда. Несмотря на то, что компании предпочитают сохранять экономный режим расходования бюджетов и экономическая ситуация сейчас не располагает к инвестициям, перспективное вступление России в ВТО приведет к росту конкуренции на российском рынке. Компаниям придется конкурировать между собой, в том числе за квалифицированный персонал, перекупать сотрудников и ценные кадры, способные вывести их бизнес на новый уровень. В некоторых отраслях будут открываться новые рабочие места, например в индустриальном секторе.

Нельзя не учитывать, что опасения по поводу возможного кризиса могут замедлить подвижность рынка труда. Однако, на мой взгляд, спрос на дефицитные инженерные, рабочие специальности (в таких отраслях, как, например, энергетика), IT-специалистов по-прежнему будет, так как сложившаяся демографическая ситуация и дефицит квалифицированных, опытных кадров во многих отраслях промышленности подтверждают наличие перспективной потребности в данном персонале. В заключение считаю необходимым добавить, что прогнозирование и оценка потребности в персонале, регулярный мониторинг рынка труда и перспектив развития мировых финансовых рынков, стратегии государства в области занятости и развития отдельных отраслей должны сопровождаться оптимизацией системы и ме-

тодов планирования человеческих ресурсов, актуализацией нормативных материалов по планированию численности со стороны организаций, что позволит добиться динамического равновесия внутреннего и внешнего рынков труда.

1. *Ильин А. И.* Планирование на предприятии : учебное пособие. – 9-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2011.

2. *Слезингер Г. Э.* Труд в условиях рыночной экономики. – М., 1996.

3. Федеральная служба государственной статистики. Официальная статистическая информация. Население. Электронная версия сборника «Труд и занятость в России», 2011. – URL : http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/publishing/catalog/statistic/Collections/doc_1139916801766.

4. Интернет-ресурс по поиску работы и персонала/исследования. – URL : <http://hh.ru/article.xml?articleId=11951>.

ОТ ОЦЕНКИ К УПРАВЛЕНИЮ КАДРОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ

FROM ASSESSMENT TO HR MANAGEMENT

С.А. Сухарев

S.A. Sukharev

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва

В статье рассматриваются методические вопросы измеримого кадрового управления на основе оценки кадрового потенциала, выполняемой преимущественно по анкетным данным кадрового учета; производится анализ требований к кадровым измерениям и направлений их использования в управлении.

The article considers methodological issues measurable personnel management based on an assessment of staff capacity. This assessment is performed mainly on the personal data of personnel records. The author analyzes the requirements for measurements and staffing trends in the management of their use.

Ключевые слова: измеримый кадровый учет, оценка кадрового потенциала, управление человеческими активами, человеческие ресурсы, персонал, менеджмент, карьера.

Key words: measurable personnel records, evaluation of human capacity; management of human assets, human resources, personnel, management, career.

Основа управления – измеримость. Применительно к кадровой сфере измеримость достигается оценкой. Основной проблемой формирования универсальной системы кадровой оценки является несопоставимость многочисленных кадровых характеристик, измеряемых множеством разнообразных методов. Единим сопоставимым измерителем в кадровой сфере может быть назван кадровый потенциал, измерение которого может быть сделано с использованием методики оценки кадрового потенциала по анкетным данным кадрового учета.

Выполняя информационное обеспечение плановых и контрольных функций, оценка является основой отбора, развития и эффективного использования кадров. В первую очередь на базе оценки кадрового потенциала может быть сформирована комплексная информационная система управления кадрами государственной службы. В дальнейшем регулярная оценка кадрового потенциала станет основой мониторинг-контроля кадров, как системообразующего элемента управления государственным кадровым потенциалом.

В связке с целями и задачами управления государственным кадровым потенциалом разработана, апробирована и внедрена методика оценки кадрового потенциала. Представляемые методические подходы являются универсальными и могут быть распространены на кадры организаций различных уровней и типов.

На выходе характеристики методики оценки кадрового потенциала определяют возможности инвентаризации (первичной или периодической) или служат основанием системы мониторинг-контроля и планирования кадрового потенциала (см. рис. 1).

Основными элементами методики оценки кадрового потенциала являются:

1. Классификация объекта оценки. Универсальность классификации по иерархическим уровням и специальным направлениям работы позволяет проводить оценку вне зависимости от типа и уровня организации, включая оценку государственных служащих, представителей бизнеса, науки, общественной деятельности и т. п.

2. Стандартизация требований к номенклатуре должностных единиц по классификации в зависимости от их уровня в общей иерархии организаций и специального направления должностной позиции. В рамках развертывания системы оценки кадрового потенциала необходимо детальное определение стандартов должностных требований по специальным направлениям работы организаций.

3. Основными критериями оценки кадрового потенциала являются характеристики возраста и здоровья, текущих результатов деятельности, достижений и взысканий, образования, опыта и личностных качеств.

4. Оценка проводится в форме определения положительных или отрицательных от-

клонений от стандартов. За стандарт принимается «удовлетворительное» значение по критерию оценки. Определение весов отклонений от стандартов по критериям необходимо как для индивидуальной, так и для совокупной оценки группы служащих, отобранных по определенному принципу. Взвешивание должно учитывать значение в итоговом результате каждого иерархического уровня и специального направления работы организации.

5. Расчет значений оценки кадрового потенциала.

6. Индивидуальная оценка кадрового потенциала служит формированию сводных данных по признакам классификации кадров. Это новый подход к оценке кадрового потенциала, переводящий его из научной категории в объект корпоративного и государственного управления.



Рис. 1. Ситуационный анализ результатов оценки кадрового потенциала

Основными характеристиками методики оценки кадрового потенциала являются:

1. *Прикладной характер* – апробирована и готова к широкому применению.

2. *Объективность* – относительная независимость от субъективных оценок. Однозначность и простота трактовки результатов оценки.

3. *Количественная оценка кадрового потенциала*.

4. *Универсальность* – применимость как для оценки кадрового потенциала сотрудников организаций различных типов и уровней, так и для резервов и работы рекрутмента.

5. *Моделирование кадровой ситуации* при замещении резервом вакантных должностей или должностей с низкой оценкой кадрового потенциала.

6. *Интегрированность системы оценки* с существующими элементами системы кадрового управления:

- система отбора перспективных кадров;
- база данных участников оценки кадрового потенциала, отражающая динамику изменений, выполнение планов повышения квалификации, приобретение необходимого опыта, отзывы руководства, коллег и подчиненных, а также прочую необходимую информацию;
- система обучения и повышения квалификации;
- система горизонтального и вертикального перемещения;
- система адаптации и наставничества (в том числе дистанционного и межрегионального).

7. *Гибкость* – веса коэффициентов по критериям оценки могут меняться в зависимости от специфики организации при сохранении сопоставимости итогового результата.

8. *Содержательность* – выражение в показателях оценки и требованиях к должност-

ным позициям содержания кадровых стратегий и политики.

9. *Технологичность* – простота обработки информации по значительному числу оцениваемых.

10. *Разделение «общего и частного»*, имея в виду возможность выделения из общего уровня кадрового потенциала (низкого или высокого) оценки отдельных служащих.

11. *Проверяемость данных оценки*.

12. *Сопоставимость данных разных временных периодов*.

Критерии оценки носят практический характер: с одной стороны информация должна быть доступна в рамках кадрового учета, с другой – комплексно отражать управляемые составляющие кадрового потенциала. Связь критериев с задачами оценки кадрового потенциала отражена на рис. 2.



Рис. 2. Связь критериев оценки с задачами оценки кадрового потенциала

Результаты оценки кадрового потенциала образуют иерархическую систему табличных форм. Архитектура системы позволяет предоставлять аналитические данные каждой ячейки результирующих таблиц в развернутом виде, вплоть до пофамильных расшифровок. Разработаны следующие основные формы представления результатов оценки:

1. Результирующая форма оценки кадрового потенциала системы организаций (например, холдинговой структуры).

2. Результирующая форма оценки кадрового потенциала отдельно организации.

3. Аналитическая форма по уровням управления организации.

4. Аналитическая форма по специальным направлениям работы организации.

5. Аналитические формы по отдельным иерархическим уровням управления организации до уровня конкретных служащих.

6. Аналитические формы по отдельным территориальным, функциональным и вспомо-

гательным направлениям работы в рамках организации.

7. Результаты оценки кадрового потенциала коллектива с линейным подчинением конкретному руководителю.

8. Результаты оценки кадрового потенциала конкретного сотрудника.

В формах по результатам анализа может быть дополнительно представлена информация в следующих аналитических разрезах:

- нормативное значение показателя;
- текущее фактическое значение;
- прогнозное значение;
- плановое значение;
- среднее значение внутри иерархического уровня и специального направления деятельности организации;
- среднее значение по организации;
- несколькими столбцами со значениями (текущими, прогнозными, плановыми) разных организаций в рамках их системы.

Разработка методики оценки кадрового потенциала проводилась в соответствии с логикой использования ее результатов, представленной на рис. 2.

По результатам оценки возможно:

1) проводить детальный анализ составляющих оценки кадрового потенциала. Выполнять факторный и сравнительный анализ показателей организаций и их подразделений;

2) осуществлять балансовый анализ. Матричная форма представления результатов оценки открывает дополнительные возможности для анализа сбалансированности составляющих оценки кадрового потенциала как по вертикали, так и по горизонтали табличных форм. Например, по вертикали могут быть представлены иерархические уровни управления, территориальные, функциональные, вспомогательные направления организации и конкретные служащие, а по горизонтали – оцениваемые критерии;

3) прогнозировать и моделировать (при изменении условий) варианты перспективного состояния кадрового потенциала в указанных аналитических разрезах;

4) сформировать динамику оценки кадрового потенциала и сопоставить качество и скорость его повышения с финансовыми затратами;

5) ранжировать служащих по уровню кадрового потенциала. Отбирать их по отдельным критериям для целей управления кадрами. При этом отбор кандидатов для карьерного продвижения может происходить исходя из конкретных потребностей в квалификации (специальная, управленческая), опыте, человеческих характеристиках, кадрового омоложения или привнесения необходимого профессионального опыта в соответствующую структуру административного управления;

6) провести детальное планирование составляющих кадрового потенциала;

7) подготовить организационные решения по оптимальным направлениям и формам повышения кадрового потенциала (как по уровням служебной иерархии и специальным направлениям работы, так и по конкретным сотрудникам) в отношении:

- повышения квалификации;
- продвижения руководителей с высоким кадровым потенциалом;
- привлечения сотрудников с высоким кадровым потенциалом;

- высвобождения служащих, не обладающих должным кадровым потенциалом.

В отношении конкретного сотрудника (на базе оценки кадрового потенциала и с учетом его сопоставления с текущими и перспективными возможностями использования) могут быть приняты следующие решения:

- обучение по специальной, управленческой и правовой квалификации;
- участие в программах наставничества и адаптации;
- ротация (расширение опыта);
- повышение или понижение в должности (при отсутствии перспективы повышения квалификации, необходимости продвижения более перспективных кадров, достижении возрастных ограничений);
- увольнение и адаптация.

Организационные решения в отношении конкретного сотрудника могут быть объединены в динамическую форму служебной траектории с последующим контролем за исполнением намеченного плана. В перспективе это позволит:

- смоделировать варианты служебных траекторий;
- рассчитать соответствие перспективных должностей текущему кадровому потенциалу служащего с определением требуемых направлений развития;

8) стимулировать повышение эффективности работы государственного аппарата. Результаты оценки позволяют служащим увидеть свои перспективы и работать над их расширением, а также мотивируют руководителей при принятии кадровых решений обращать внимание на перспективное состояние кадрового потенциала.

Содержание управления кадрами отражает динамика показателей оценки кадрового потенциала: от текущего состояния к плановому (целевому). Инструментами управления служат мониторинг-контроль и на его основе планирование как индивидуального (сотрудников), так и совокупного, вплоть до государственного, кадрового потенциала. В этом формате целью управления является повышение (накопление) и эффективное использование государственного кадрового потенциала.

НЕКОТОРЫЕ АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

SOME QUESTIONS OF STRATEGIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

М.С. Гусарова

M.S. Gysarova

Тюменский государственный архитектурно-строительный университет

В статье рассматривается один из этапов стратегии управления персоналом: ее реализация. Рассматриваются организационные и методические вопросы реализации стратегии управления персоналом на примере показателей эффективного отбора персонала как важнейшей стратегической задачи.

The article deals with one of the stages of human resource management strategy: its implementation. The author considers the organizational and methodological issues of implementation of HR strategy on the example of indicators of effective staff selection as the most important strategic task.

Ключевые слова: стратегия управления персоналом, система сбалансированных показателей, реализация стратегии управления персоналом.

Key words: strategy of personnel management, balanced scorecard, the implementation of HR strategy.

Понятие «реализация» означает «осуществление», «выполнение» планов [1]. Если представлять стратегию управления персоналом в виде двух важных этапов – формирования и реализации, то этап реализации стратегии управления персоналом является важным с точки зрения эффективного внедрения. В концепции стратегического менеджмента главное внимание чаще всего уделялось формулированию стратегии, тогда как ее реализация была уделом практики. В научных источниках отмечается, что разработка стратегии – это предпринимательская деятельность, а реализация – это внутренняя административная деятельность [2]. Следовательно, два этапа одной и той же деятельности могли осуществляться отдельно друг от друга.

Целью процесса реализации стратегии управления персоналом является «обеспечение скоординированной разработки и реализации стратегических планов структурных подразделений организации в целом и системы управления персоналом» [3]. Процесс реализации стратегии в некоторых источниках предлагается разбить на два этапа: внедрение стратегии и стратегический контроль за ее реализацией и координация всех действий по результатам контроля [4]. На этапе внедрения стратегии необходимо представить процедуру разработки плана внедрения, а на втором этапе –

обеспечить контроль за реализацией, что, по нашему мнению, является лишней детализацией исходя из понимания функции планирования в менеджменте.

Горшкова и Поплавский в своих исследованиях определяют этап реализации стратегии как организационно-контрольный блок [1]. И мы согласны с данным определением, поскольку административная деятельность означает реализацию в первую очередь оперативного контроля. Главными элементами контроля здесь, утверждает В. Лев [8], выступают: существующая организационная структура, организационная культура, бизнес-процессы, мотивация персонала. Остановимся на некоторых из них.

Архитектура организационной структуры в соответствии с целями организации выстраивается по-разному. Не вдаваясь в подробности организационного менеджмента, можно отметить, что каждой выбранной стратегии организации соответствует определенная организационная структура, о чем имеет место множество публикаций, в том числе [5; 6; 7].

Знание бизнес-процессов организации является необходимым элементом реализации стратегии управления персоналом. В работе Н.М. Чикишевой с соавторами [8] указывается не необходимость использования внутренней информации при проведении стратегического анализа предприятия. В данный момент време-

ни процессный подход, развитие менеджмента качества, ресурсная концепция стоят на позиции развития внутренних ресурсов предприятия, ставятся вопросы грамотной организации бизнес-процессов. Важность описания бизнес-процессов продиктована необходимостью оптимального их построения и взаимодействия, соответствия целям организации, благодаря чему и определяются «узкие» места [5].

Понимая, что главной задачей является повышение стоимости компании, службы управления персоналом разрабатывают стратегию управления персоналом как необходимый и приоритетный бизнес-процесс.

Субъекты стратегии управления персоналом выстраивают всю взаимоувязанную совокупность бизнес-процессов организации как процесс создания стоимости, моделируя его путем выбора подхода. В настоящее время известно несколько методологий, в том числе наиболее распространенные: методологии моделирования бизнес-процессов (Business Process Modeling), методологии описания потоков работ (Work Flow Modeling) и методологии описания потоков данных (Data Flow Modeling), США IDEF0 [9]. При моделировании бизнес-процессов, как отмечает М Манахимова [1] очень важно принять решение о составе и структуре бизнес-процесса. Любой бизнес-процесс может включать в себя пять основных элементов, которые должны быть отражены при фор-

мировании моделей: планирование, осуществление деятельности, регистрация фактической информации, контроль и анализ, принятие решений. И, как отмечается, «важно, что отсутствие хотя бы одного из указанных элементов в бизнес-процессе приводит к тому, что система становится плохо управляемой (неуправляемой) и неэффективной» [1, с. 24].

«Управление возможно только тем, что можно измерить», поэтому необходима система показателей, характеризующих достижение целей. Она разрабатывается в формате ССП (система сбалансированных показателей) или BSC (Balanced Scorecard). Это система управления, которая позволяет организации четко сформулировать планы на будущее и стратегию и воплотить их в реальные действия и обеспечивает обратную связь между внутренними бизнес-процессами и внешними показателями, необходимую для повышения стратегической эффективности и достижения результатов.

В основе построения сбалансированной системы показателей лежат три основных принципа [10]:

- 1) причинно-следственные связи,
- 2) факторы достижения результатов,
- 3) взаимосвязь с финансовыми показателями.

Взаимодействие всех проекций системы сбалансированных показателей приведено на рис. 1.

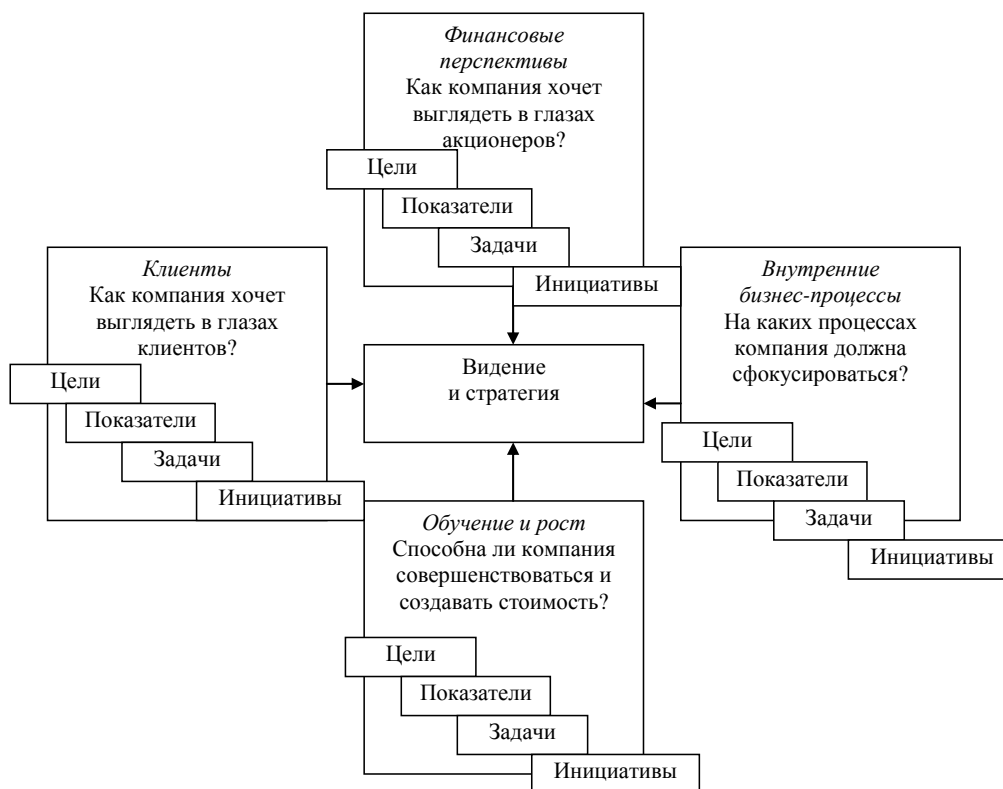


Рис. 1. Структура системы сбалансированных показателей

В качестве типичных целей в рамках финансовой проекции выступают: увеличение рентабельности продукции, собственного капитала, чистого денежного потока, чистой прибыли и др. Соответствующие показатели являются измерителями их достижения и эффективности деятельности компании в рамках данной проекции. Как правило, финансовые цели стоят во главе дерева целей организации, при этом существует очень тесная их взаимосвязь с целями в области клиентов, внутренних процессов и развития персонала компании. Например, увеличение скорости и качества обслуживания клиентов приведет к росту продаж и, соответственно, такого финансового показателя, как прибыль.

В рамках проекции клиентов руководители определяют ключевые сегменты рынка, на которых компания намеревается сосредоточить свои усилия по продвижению и реализации продукции. Затем находят основные двигатели эффективности (удовлетворенность покупателей, удержание старых клиентов, приобретение новых, их прибыльность, доля рынка в целевых сегментах и т. д.) и показатели, их оценивающие. Например, ценность для клиента, определяющую степень его удовлетворенности, может представлять быстрая доставка и скорость реагирования на полученный заказ. Соответственно, показателями, характеризующими данные двигатели эффективности, могут быть время обработки заказа и средняя скорость доставки в часах.

Проекция внутренних бизнес-процессов идентифицирует основные направления, подлежащие усовершенствованию и развитию с целью укрепления конкурентных преимуществ. После того как ключевые бизнес-процессы выявлены, определяются двигатели, их характеризующие, и разрабатываются показатели эффективности (KPI). Например, в качестве KPI процесса производства может быть количество и частота поломок линии, объем забракованной продукции и т. д. Выбор ключевых процессов должен осуществляться не только с позиции текущей эффективности, но и с точки зрения будущих возможностей для ее повышения. Именно поэтому инновационные процессы должны рассматриваться в этой проекции системы сбалансированных показателей прежде всего.

Проекция обучения и роста, четвертая в ССП, определяет инфраструктуру, которую организация должна построить для того, чтобы обеспечить свое развитие в долгосрочной

перспективе. А это уже результат синергии трех основных факторов: человеческих ресурсов, информационных систем и организационных процедур. Именно в них должно инвестировать средства бизнесу, чтобы обеспечить себе долгосрочное присутствие на рынке.

В проекции обучения и роста основными критериями эффективности могут быть: удовлетворение сотрудников, удержание сотрудников, их умения и квалификация, возможность мгновенно получать информацию необходимую для принятия управленческих решений, генерация инициатив, эффективность работы информационной системы и др., что относится к мотивации персонала.

Уровень обучения и инноваций во многих смыслах является ключевым для построения и эффективного использования системы сбалансированных показателей. Базовая логика, по мнению автора, звучит следующим образом: «Если у вас есть нужный персонал (уровень обучения и развития), делающий правильные вещи (уровень внутренних бизнес-процессов), тогда клиент будет удовлетворен (уровень перспектив по клиентам) и компания достигнет стратегических финансовых целей (уровень финансовых перспектив)». Акцент ставится на производительность персонала, его удовлетворенность и удержание.

Первая позиция касается компетентности персонала, который целесообразно распределить по уровням в соответствии с задачами, которые они решают в компании. Для высшего менеджмента в первую очередь важна компетентность в сфере формулирования и реализации стратегии. Можно также дифференцировать оценку уровня теоретических знаний и практических навыков и умений (с целью точной настройки программ переподготовки).

Вторая позиция проекции обучения и роста определяет параметры управленческой инфраструктуры, условия работы персонала, характеристики организационной структуры, требования к системам управления, включая информационные технологии.

Третья позиция связана с созданием соответствующей корпоративной культуры, определяемой процедурами принятия управленческих решений, целями и ценностями, делегированием полномочий, системой мотивации.

Взаимосвязь производительности персонала, его удовлетворенности и удержания в виде его компетенции, технологии управления и корпоративной культуры приведена в таблице 1.

Т а б л и ц а 1

Перспективы обучения персонала

Компетенция персонала			Технология управления			Корпоративная культура
Уровни	Знания	Умения	Структуры	Системы управления	Системы информационной поддержки	
1			Организа- ционная	Стратегическая		Лидерство
2				Маркетинговая		Групповая динамика
3			Финансовая	Персонал		Мораль/ценности
4				Финансы		Процедуры принятия решений
...				Качество		Мотивация
						Управление карьерой

Безусловным достоинством технологии, предложенной Капланом и Нортоном, является то, что в данной инструментари заложена новая идеология управления человеческими ресурсами, соответствующая реалиям постиндустриального общества. Персонал рассматривается как важнейший актив компании, основной генератор стоимости компании и ключевая зона формирования долгосрочных конкурентных преимуществ. Как следствие, люди, системы управления и процедуры рассматриваются в качестве важнейшего направления инвестиционной политики, наряду с модернизацией производства и разработкой продуктов и технологий.

Таким образом, выстраивается логическая цепочка: стратегия компании определяет, какие задачи должны быть решены в компании → характер и масштаб задач проецируется на количественные и качественные показатели человеческих ресурсов → разрывы между существующими и необходимыми характеристиками определяют задачи привлечения, обучения, сокращения персонала → далее включаются методики планирования, мотивации и контроля.

Типичная ошибка российских предпринимателей заключается в том, что они зачастую не разобравшись со стратегическими целями компании, а следовательно, не решив задачи управления человеческими ресурсами в плане долгосрочного целеполагания, пытаются решать задачи управления персоналом. Попытка решить мотивационные задачи, основываясь на оперативных показателях (от объема выручки, выполнения текущих бюджетов и т. д.), ведет к разрыву между долгосрочными и оперативными задачами.

Важным элементом стратегии управления персоналом, по нашему мнению, представляется отбор и расстановка персонала.

Отбор кадров является одной из центральных функций управления, поскольку именно люди обеспечивают эффективное использование любых видов ресурсов (экономисты традиционно выделяют три вида ресурсов: капитал, труд и земля), имеющихся в распоряжении организации, и именно от людей в конечном счете зависят экономические показатели и конкурентоспособность организации. На этом этапе формирования персонала руководство отбирает наиболее подходящих кандидатов из резерва, созданного в ходе набора. Естественно, выбирать следует человека, имеющего наилучшую квалификацию для выполнения данной работы на занимаемой должности, а не кандидата, который представляется наиболее подходящим для продвижения по службе. Эффективное решение о выборе, в зависимости от обстоятельств, может основываться на образовании кандидата, уровне его профессиональных навыков, опыте предшествующей работы, личных качествах. Для руководящих должностей, особенно более высокого уровня, главное значение имеют навыки налаживания человеческих отношений, опыт руководящей работы. Эффективный отбор кандидатов представляет собой одну из форм предварительного контроля качества человеческих ресурсов.

Эта подсистема имеет важное стратегическое значение. Как отмечает А. Рягузов [11], большая часть решений в области отбора рассчитана на краткосрочный период: без взвешенных и своевременных тактических решений невозможно получить положительный результат. Однако автор затрагивает вопрос стратегического подхода к рекрутменту: «...не стоит даже сомневаться в том, что по-настоящему стратегический подход к рекрутменту не только позволит со временем добиваться привычных результатов с меньшими затратами сил, времени и ресурсов, но и даст вашей

компании то, чего невозможно достигнуть с помощью стандартных процедур» [11, с. 32].

Учитывая стратегический характер отбора, представляется необходимым систематизировать комплекс инструментов всех видов

управления для реализации отбора в системе стратегии управления персоналом с учетом временного горизонта и целевой ориентации (таблица 2) [3].

Таблица 2

**Задачи основных составляющих стратегии управления персоналом
в условиях стратегического, тактического и оперативного управления**

Период и вид управления	Составляющие стратегии управления персоналом				
	Отбор и расстановка персонала	Вознаграждение (зарплата и премии)	Оценка персонала	Развитие персонала	Планирование служебного продвижения
Стратегическое (длительная перспектива)	Определить характеристики работников, требующихся фирме на длительную перспективу. Спрогнозировать изменения внутренней и внешней обстановки	Определить, как будет оплачиваться рабочая сила в течение рассматриваемого периода с учетом ожидаемых внешних условий. Увязать эти решения с возможностями долгосрочной стратегии вашего бизнеса	Определить, что именно нуждается в оценке на длительную перспективу. Использовать различные средства оценки будущего. Дать предварительную оценку вашего потенциала и его динамики	Оценить способность имеющихся кадров к необходимой в будущем перестройке и работе в новых условиях. Создать систему прогнозирования изменений организации	Построить долгосрочную систему, обеспечивающую сочетание необходимых гибкости и стабильности. Увязать ее с общей стратегией вашего бизнеса
Тактическое (среднесрочный период)	Выбрать критерии отбора кадров. Разработать план действий на рынке рабочей силы	Разработать пятилетний план развития системы оплаты работников. Проработать вопросы создания системы льгот и премирования	Создать обоснованную систему оценок текущих условий и будущего их развития	Разработать общую программу управления развитием персонала. Разработать меры поощрения саморазвития работников. Проработать вопросы организационного развития	Определить ступени продвижения работников. Увязать индивидуальные устремления работников с задачами фирмы
Оперативное (краткосрочный период)	Разработать штатное расписание. Разработать план набора. Разработать схему передвижения работников	Разработать систему оплаты труда. Разработать систему премирования	Создать ежегодную систему оценок работников. Создать повседневную систему контроля	Разработать систему повышения квалификации и тренинга работников	Обеспечить подбор на отдельные рабочие места подходящих сотрудников. Спланировать ближайшие кадровые перемещения

Отбор персонала нельзя осуществлять, лишь ориентируясь на какой-то один признак или решение одной задачи. Отбор работников, отвечающих по своим профессиональным, деловым и личностным качествам требованиям организации, требует комплексного подхода. Отдел персонала в рамках стратегического подхода к отбору персонала должен решить следующие задачи:

- на стратегическом уровне (механизм в целом) – определить характеристики работников, требующихся фирме на длительную перспективу. Требуется спрогнозировать изменения внутренней и внешней обстановки;
- на тактическом уровне (набор тактик)
- выбрать критерии отбора кадров. Требуется

разработать план действий на рынке рабочей силы;

- на оперативном уровне (кадровая политика) – разработать штатное расписание. Разработать план набора. При этом набор шагов по реализации этого этапа в литературе прописан довольно подробно.

К основным задачам уровня относят:

- четкое представление о должности, которая должна быть заполнена;
- определить личностные и деловые качества, необходимые для эффективного выполнения данной работы;
- найти возможные источники и методы отбора подходящих кандидатов;

– определить, какие методы позволят лучше всего оценить пригодность кандидатов для необходимой работы;

– обеспечить введение нового работника в должность и в организацию.

Процесс непосредственного отбора персонала состоит из следующих (возможных) этапов:

- предварительное интервью;
- заполнение бланка заявления и анкеты;
- тестирование;
- диагностическое интервью (собеседование);
- проверка рекомендаций и послужного списка;

– медицинское обследование;

– принятие окончательного решения.

Однако проблема выведения отбора на стратегический уровень заключается в подробном соблюдении разработки всех составляющих стратегии управления персоналом в течение всех периодов стратегии. Для выполнения условия реализации стратегии управления персоналом в части бизнес-процессов требуется разрабатывать карту бизнес-процессов реализации стратегии управления персоналом, что в данном случае показано на примере, представленном на рис. 2.

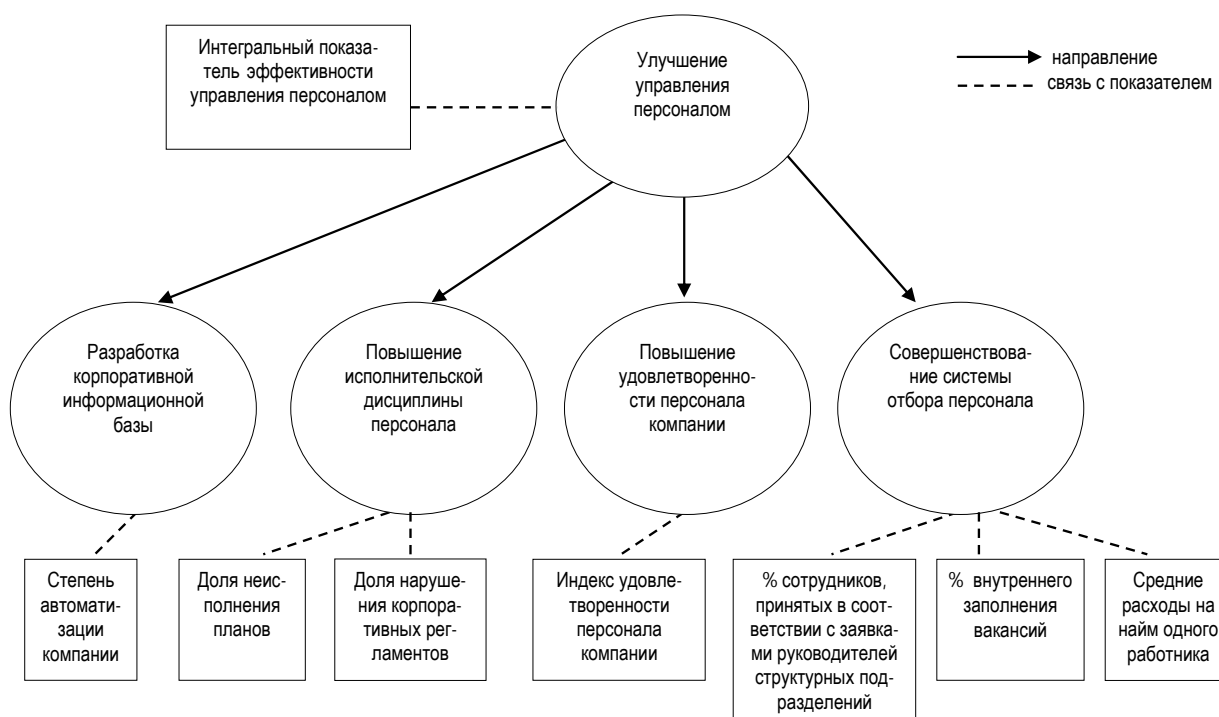


Рис. 2. Стратегическая карта бизнес-процесса «Управление персоналом – отбор персонала»

В разрабатываемой системе все сбалансированные показатели соответствуют функциям, за которые отвечают структурные подразделения службы персонала.

1. Отбор персонала (ответственный – руководитель отдела кадров). Цель заключается в подборе персонала, соответствующего требованиям компании, и поддержании состава сотрудников на оптимальном уровне.

Ключевые факторы успеха:

- своевременное восполнение потребности предприятия в персонале необходимого качества с обязательным указанием сроков, отведенных на закрытие вакансий;
- снижение финансовых затрат на привлечение сотрудников.

Показатели результативности:

- рейтинг привлекательности организации как работодателя на рынке труда;
- процент внутреннего заполнения вакансий;
- процент сотрудников, принятых в соответствии с заявками руководителей структурных подразделений;
- средние расходы на найм одного работника.

Действия по совершенствованию:

- регулярный анализ состояния рынка труда в городе;
- планирование потребности в персонале на основе заявок в соответствии с планами развития предприятия;

- оценка возможностей по закрытию вакансий с помощью внутренних резервов;
- планирование увольнений;
- оценка структуры персонала (стаж, образование, пол, возраст) в динамике (с учетом приемов, переводов, увольнений);
- оценка возможностей внутреннего и внешнего источников кадров.

Рейтинг привлекательности организации как работодателя на рынке труда рассчитывается по оценочной формуле Байеса:

$$W = \frac{R \cdot v + C \cdot m}{v + m}, \quad (1)$$

где W – итоговое значение рейтинга; R – среднее арифметическое баллов, набранных предприятием; v – «овременённое» количество засчитанных голосов; m – статистическая константа (9,5); C – среднее текущее значение рейтинга.

Количество засчитанных голосов, в свою очередь, рассчитывается по формуле:

$$v = 1,106 \cdot e^{-0,001697X} + 0,05, \quad (2)$$

где X – число дней с момента написания отзыва до текущей даты.

Процент внутреннего заполнения вакансий рассчитывается по следующей формуле:

$$Q = \frac{V}{W} \cdot 100\%, \quad (3)$$

где Q – процент внутреннего заполнения вакансий; V – внутреннее заполнение вакансий; W – общее количество вакансии организации.

Процент сотрудников, принятых в соответствии с заявками руководителей структурных подразделений рассчитывается по формуле:

$$P = \frac{H}{A} \cdot 100\%, \quad (4)$$

где P – процент сотрудников, принятых в соответствии с заявками руководителей структурных подразделений; H – количество сотрудников, принятых в соответствии с заявками руководителей структурных подразделений (чел.); A – общее количество принятых организацией сотрудников (чел.).

Средние расходы на найм одного работника рассчитываются по формуле:

$$CZH = \frac{ZH}{H} = \frac{P + A + B + B}{H}, \quad (5)$$

где CZH – средние затраты фирмы на найм одного работника; ZH – затраты на найм персонала; P – затраты на рекламу; A – выплаты агентству по трудоустройству; B – вознаграждения тем, кто дал рекомендации; B – бесплатный найм; H – общее число наймов [12].

Данная формула важна, так как расходы на найм работников должны включаться в статьи затрат, поскольку многие из них не очевидны для тех, кто поверхностно оценивает процесс найма. Подставляя в формулу значения затрат предприятия на тот или иной вид деятельности по найму работников за месяц, надо иметь в виду, что реальная величина того или иного показателя может быть положительной или равной нулю. Сопоставляя затраты с количеством произведенных наймов, получаем показатель затрат на найм одного работника. Экономический смысл определения данного показателя становится ясным, когда аналогично рассчитываются затраты на увольнение одного работника, а следовательно, и на текучесть кадров.

2. Адаптация персонала (ответственный – специалист по адаптации).

Ключевые факторы успеха:

- повышение производительности труда за счет быстрой и безболезненной интеграции сотрудника в трудовой коллектив;
- создание благоприятного социально-психологического климата.

Показатели эффективности:

– процент уволившихся работников со стажем менее 3 лет, рассчитывается по формуле:

$$F = \frac{C_3}{C} \cdot 100\%, \quad (6)$$

где F – процент уволившихся работников со стажем менее 3 лет, чел.; C – число уволенных по собственному желанию, чел.; C_3 – количество уволившихся работников со стажем менее 3 лет, чел.

- процент сотрудников, довольных проводимыми социальными программами;
- коэффициент текучести, который рассчитывается по формуле:

$$Kt = \frac{C + H}{Cp}, \quad (7)$$

где Kt – коэффициент текучести; C – число уволенных по собственному желанию, чел.; H – число уволенных за нарушения трудовой дисциплины, чел.; Cp – среднесписочная численность за период, чел.;

– коэффициент постоянства кадров за определенный период (фактически является обратным коэффициенту текучести и используется как показатель работы специалистов по адаптации в некоторых компаниях). Формула для его расчета:

$$Kn = \frac{Cp^H - Y}{Cp}, \quad (8)$$

где Kn – коэффициент постоянства кадров; Cp^H – списочная численность на начало пе-

риода, чел.; U – число уволенных за период, чел.; Sp – среднесписочная численность за период, чел.

Действия по совершенствованию:

– разработка эффективной системы социально-психологической и профессиональной адаптации, а также базы для формирования института наставничества;

– определение мотивационной структуры текучести кадров (анкетирование работников при увольнении, проведение итогового собеседования, систематизация и анализ полученных данных, разработка мероприятий по уменьшению текучести).

Моделирование отбора при реализации стратегии управления персоналом.

Моделирование процедуры отбора персонала при реализации стратегии управления персоналом включает в себя два этапа: моделирование принципиальной экономико-математической модели постановки задачи и реализация модели средствами ИТ (информационных технологий).

Для разработки процедуры отбора предлагается модель выбора методов отбора на основе теории компромиссных решений, в которой, с одной стороны, будут минимизироваться затраты на их проведение, с другой – максимизироваться их надежность, состоящая из объективности, валидности и достоверности, с учетом значимости оцениваемых параметров [13].

Постановка задачи. Необходимо определить такую процедуру отбора персонала (совокупность используемых методов), при которой надежность оценки параметров с учетом их значимости (веса) будет максимальной, а совокупные затраты на проведение отбора – минимальными.

Обозначения:

x_{ij} – оценка j -го параметра i -м методом отбора;

i – методы отбора, $i = \overline{1; m}$;

j – оцениваемые параметры кандидата, $j = \overline{1; n}$;

c_{ij} – стоимость оценивания j -го параметра i -м методом отбора;

N_{ij} – надежность оценивания j -го параметра i -м методом отбора;

λ_j – важность j -го параметра.

$$F(X) \rightarrow \text{extr}, \quad (9)$$

$$F_1(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n c_{ij} \cdot x_{ij} \rightarrow \min_{x \in S}, \quad (10)$$

$$F_2(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n N_{ij} \cdot \lambda_j \cdot x_{ij} \rightarrow \max_{x \in S}, \quad (11)$$

$$F(x) = \frac{F_1^0(x)}{F_1(x)} + \frac{F_2(x)}{F_2^0(x)} \rightarrow \max_{x \in S}, \quad (12)$$

$$S = \begin{cases} \sum_{j=1}^n x_{ij} = 1, \quad i = \overline{1, m} \\ x_{ij} = \begin{cases} 0, & \text{если не оцениваем} \\ 1, & \text{если оцениваем} \end{cases} \end{cases} \quad (13)$$

Надежность оценивания параметра определенным методом рекомендуется рассчитывать как мультипликативный показатель, состоящий из объективности, валидности и достоверности метода по отношению к оцениваемому параметру.

Автоматизация выбора кандидата при отборе. Данный метод базируется на методах экономического анализа, экспертных оценок, балльном методе и теории классификации. Принципиальные положения оценки кандидата при отборе заключаются в следующем:

1. Оценка осуществляется с помощью определенного перечня компетенций, отбираемых на основе анализа работ.

2. Соизмерение отобранных компетенций с учетом их важности.

3. Комплексный показатель оценки кандидата при отборе рассчитывается в виде суммы баллов с приведением к процентной шкале измерения (100 баллов) [14].

1. Манахимова М. Процессный подход к разработке стратегии управления персоналом // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2008. – № 7. – С. 22–29.

2. Горшкова Л. А., Поплавский Б. Н. Реализация и контроль выполнения стратегии с использованием эвристического инструментария // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. – № 11. – С. 29–34.

3. Ивановская Л. Стратегия управления персоналом // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009. – № 1. – С. 4–11.

4. Ижбулатова О. В. Формирование и реализация кадровой стратегии предприятия // Управление персоналом. – 2007. – № 1. – С. 70–72.

5. Лев В. Эффективная реализация стратегии // Финансовая газета. – 2008. – № 15. – С. 9.

6. Гребиньяк Л. Дж. Как заставить работать вашу стратегию: Эффективная реализация стратегии и внедрение перемен: пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 352 с.

7. *Первенцев А.* Развитие системы управления персоналом в условиях организационных изменений // *Кадровик. Кадровый менеджмент.* – 2008. – № 6. – С. 14–21.

8. *Чикишева Н. М., Беженцева Т. В., Гусарова М. С.* Стратегический анализ функционирования строительных организаций. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 155 с.

9. *Ретин В. В., Елиферов В. Г.* Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2008. – 408 с.

10. *Крылов С. И.* Сбалансированная система показателей как аналитический инструмент стратегического управления в условиях современной рыночной экономики // *Экономи-*

ческий анализ: теория и практика. – 2007. – № 24. – С. 2–10.

11. *Рягузов А.* Подбор стратегического назначения // *Кадровый менеджмент.* – 2006. – № 3. – С. 31–39.

12. *Данилова Н. Ф.* Экономический анализ деятельности предприятия: курс лекций : учеб. пособие для вузов / под ред. Н. Ф. Данилова, Е. Ю. Сидорова. – М. : Экзамен, 2006. – 356 с.

13. *Решетникова И., Гусарова М.* Выбор наиболее подходящего кандидата с помощью средств MS Excel // *Кадровик. Рекрутинг для кадровика.* – 2010. – № 12. – С. 22–32.

14. *Егоршин А. П.* Управление персоналом. – М. : НИМБ, 2005. – 722 с.

НАДЗОР И КОНТРОЛЬ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ТРУДА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

LABOUR SAFETY SUPERVISION AND CONTROL AT THE PRESENT STAGE

Ю.В. Баранов

Y.V. Baranov

Омский государственный технический университет

В статье исследуется результативность работы государственной инспекции труда в Омской области за 2006–2011 гг. В результате проведенного анализа показателей и практического опыта предлагается инициировать передачу полномочий по надзору и контролю за охраной труда с федерального на региональный уровень.

In the following article there is a research of the effectiveness of Omsk Regional State Labour Inspection operation in the years from 2006 to 2011. As a result of the carried-out analysis of performance and practical experience there is a proposal to initiate the devolution of authority for labour safety supervision and control from federal to regional government level.

Ключевые слова: охрана труда, государственная инспекция труда, надзор, контроль.

Key words: labour safety, state labour inspection, supervision, control.

Право осуществлять надзорные и контрольные функции в области охраны труда предоставлено Трудовым кодексом Российской Федерации государственной инспекции труда, которая является территориальным органом Федеральной службы по труду и занятости (Роструд) и имеет свои подразделения в каждом регионе России.

В настоящее время контрольно-надзорные функции, как и сами уполномоченные органы, находятся в процессе существенных преобразований. Например, Госгортехнадзор, Энергонадзор, Санэпиднадзор реформированы. Изменились не только названия, но и сфера деятельности, формы и режим проведения контроля, границы правоприменительных мер.

В связи с утверждением новой структуры Правительства Российской Федерации восстановлен Федеральный орган по труду – Министерство труда и социальной защиты РФ. В соответствии с современными условиями будет определен и новый статус государственной инспекции труда. Для формирования мнения по данному поводу рассмотрен анализ работы государственной инспекции труда в Омской области.

За последние годы количество государственных инспекторов по охране труда и по правовым вопросам менялось (см. таблицу 1).

Таблица 1

Численность государственных инспекторов	Год					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
По охране труда	27	25	25	25	20	16
По правовым вопросам	13	15	16	17	15	16

Тенденция к сокращению численности инспекторов по охране труда обосновывается снижением уровня травматизма на производстве, меньшим числом обращений и жалоб по вопросам охраны труда, чем по выплате и задержке заработной платы и несогласию с причинами увольнения. Поэтому часто инспектор по охране труда исполняет роль правового инспектора.

Производственный травматизм в Омской области действительно снижался согласно отчетным данным (таблица 2).

Таблица 2

Показатели	Год					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Несчастных случаев с тяжелым исходом	293	206	259	203	160	183
в т. ч. со смертельным исходом	88	74	39	36	18	25

Наблюдается рост показателей только по итогам 2011 г. Следует пояснить, что расследование несчастных случаев на производстве с тяжелым и смертельным исходом возглавляет непосредственно государственный инспектор по охране труда. Рост производственного травматизма в 2011 г. можно объяснить устойчивой динамикой на снижение количества проверок по охране труда и выявленных нарушений (таблица 3).

Таблица 3

Мероприятия	Год					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Проверок по охране труда	2566	2520	2448	2111	1481	829
Выявленных нарушений	18789	18416	17689	9490	6590	4787

В Омской области зарегистрировано более ста тысяч хозяйствующих субъектов, из них более половины негосударственные. Нетрудно подсчитать процент охвата проверками по охране труда предприятий и организаций различных форм собственности, не забывая, что акцент всё-таки ставится на государственные. Доля хозяйствующих субъектов, у которых побывала трудинспекция, в 2006 г. составляла всего 2,5 % и снизилась до менее 1 % в 2011 г.

Низкая результативность работы инспекции труда не оправдывается той тысячей штрафов на несколько миллионов рублей, которыми пополняется федеральный бюджет. Всё больше выявляется скрытых несчастных случаев или тяжелые случаи оформляются, как лёгкие.

Причиной указанных проблем можно считать современное развитие рыночных отношений, характеризующихся самостоятельностью управления экономикой отдельных предприятий и организаций, без учёта решений социальных вопросов, в том числе по безопасности труда.

Как говорится, инспектора к каждому станку не поставишь, тем более, что проверки ограничены сроком – не более одного раза в три года. Исполнение трудового законодательства должна обеспечивать государственная система управления охраной труда. В Трудовом кодексе РФ эта функция закреплена за исполнительной властью субъекта Российской Федерации.

На практике региональный орган по труду не в состоянии исполнять возложенные полномочия в полном объеме. Во-первых, государственным служащим практически полностью ограничен доступ на предприятия и в организации из-за отсутствия контрольных функций. Во-вторых, экспертиза условий труда проводится только по представленным документам без выхода на объект контроля. Отсюда другие проблемы, иначе говоря, передёргивание в зоне ответственности. Если выявляются недостатки в региональной системе управления охраной труда, то всегда можно сослаться на ненадлежащий контроль со стороны федеральной инспекции труда, и наоборот.

Роструд устанавливает режим финансирования и штатную численность регионального подразделения, а также дает прямые указания по режиму и тематике проверок. Часто это не согласуется с потребностью и ситуацией в регионе.

В настоящее время планируется продолжить процесс перераспределения полномочий между уровнями исполнительной власти. Примером тому может служить переход с января 2007 г. региональных подразделений федеральной службы занятости в структуру исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Теперь за уровень безработицы и организацию мер по её снижению отвечают региональные власти. В результате в Омской области уровень безработицы снизился с 2,4 до 1,7 %.

Проведённый анализ деятельности федеральной инспекции труда в Омской области позволяет предложить региональной власти инициировать передачу полномочий федеральной инспекции труда в сфере охраны труда на уровень субъекта федерации.

Можно предсказать алгоритм согласованных действий по управлению охраной труда, надзору и контролю. Выходы на предприятия специалистов по охране труда и экспертов по условиям труда совместно с инспекторами по охране труда не только повысят качество проверок, но и окажут влияние на организацию работы по устранению недостатков и нарушений. А если влияешь на происходящий процесс, значит управляешь им.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ

NEW TECHNOLOGIES AND METHODS OF ADMINISTRATIVE CONSULTATION

С.Н. Апенько, М.Н. Шавровская

S.N. Apenko, M.N. Shavrovskaya

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Многие специалисты, занимающиеся управленческим консультированием, стремятся найти новые технологии и методы для своей работы, которые позволят более эффективно решать стоящие перед ними задачи. Выбор алгоритмов и приемов управленческого консультирования зависит от многих факторов, связанных с особенностями клиентов и консультантов, современными тенденциями развития консалтинга. В статье предложен обзор факторов, определяющих методы консультирования, представлена одна из новых технологий «идем на гембу», которую успешно используют в современном бизнесе.

Many experts who are engaged in administrative consultation, aspire to find new technologies and methods for the work which will allow to solve problems facing them more effectively. The choice of algorithms and receptions of administrative consultation depends on many factors connected with features of clients and advisers, modern to tendencies of development of consulting. This article offers the review of the factors defining methods of consultation, and represents a new technologies «we go on gemba» which successfully use in modern business.

Ключевые слова: управленческое консультирование, метод консультирования, технология консультирования.

Key words: administrative consultation, consultation method, technology of consultation.

Потребность российских предприятий и организаций в управленческом консультировании из неосознанной, интуитивной формы перерастает в актуализированный профессиональный запрос. Связано это с накоплением опыта антикризисных, инновационных, диверсификационных и прочих комплексных проектов, который убедительно доказывает необходимость и полезность обращения к помощи высококвалифицированных консультантов. В ответ на запросы предприятий видоизменяются технологии и методы управленческого консультирования: прежние методы обновляются, появляются новые методы, заимствованные из успешных практик реализации управленческих концепций и подходов.

Обращение консультантов к разнообразным методам связано еще и с тем, что в последние годы наблюдаются процессы динамики в структуре заказчиков и исполнителей услуг по управленческому консультированию. Наряду с постепенным развитием внешнего консультирования, возрастает масштабность и

популярность внутреннего консалтинга, при котором консультантами на предприятии выступают специалисты данного предприятия, владеющие методами организационной диагностики, разработки консалтингового проекта, предоставляющие консультационные услуги своим коллегам при решении управленческих проблем. Намечается постепенный переход от преимущественно экспертного консультирования к процессным и обучающим его формам. Расширяется также предметная область консультирования, в которую входят такие аспекты, как менеджмент качества, клиентская ориентация компании, управление бизнес-процессами, формирование корпоративной культуры, проектное управление, развитие лидерских позиций компании и персонала и т. д.

В связи с масштабностью и комплексностью задач, стоящих перед предприятиями-потребителями консалтинговых услуг, популярным становится дженералистский подход, предполагающий работу команды консультантов-универсалов. При этом значимость консультан-

тов-специалистов также высока, число специализированных заказов по отдельным направлениям деятельности компании растет. В большинстве консультационных фирм существует разделение труда между специалистами и универсалами. Специалисты знакомы со всеми новинками в конкретной отрасли. Универсалы (джереналисты) уделяют внимание координации различных областей управления. Как правило, универсалы готовят и координируют крупные задания, занимаются диагностикой и планированием заданий, подготовкой отчетов. В целом, они выполняют в консалтинговом проекте контролирующие и управленческие функции.

Обозначенные тенденции в развитии различных форм и видов управленческого консультирования влияют на процессы выбора технологий и методов реализации консалтингового процесса. Так, например, внутренние консультанты, совмещая статусы профессионала, способного оказывать консультационную помощь своим коллегам и руководству, и функционального специалиста, выполняющего свой круг непосредственных обязанностей, вынуждены искать такие методы консультирования, которые бы учитывали этот сложный и зачастую противоречивый статус. Консультанты узкой специализации, решая ограниченный круг задач, предоставляя услуги высшего качества на узком предметном поле, обогащают совокупность методов консультирования новыми узкоспециальными методами и методиками. В частности, консультирование по правовым, организационно-техническим, кадровым и прочим направлениям заставляет консультантов обращаться к методам, выработанным в данных направлениях. Джереналисты, вынужденные решать комплексные разноплановые задачи, должны уметь использовать универсальные и очень разные специализированные методы. Количество и разнообразие этих методов должно быть такое большое, чтобы удовлетворить потребности любого клиента. Среди этих методов есть универсальные, пригодные для самых разных задач: групповая и межгрупповая работа, игровые и фасилитационные методы, модерация и т. д. Есть методы специальные, приемлемые только для небольшого количества задач, например: сценарный метод, технология повышения клиентской ориентации и методы командообразования, разработки стратегии и пр.

Обобщенно можно представить следующие группы часто применяемых методов управленческого консультирования [1]. Первые две

группы методов, используемые, как правило, узкими специалистами, включают:

а) в рамках нормативных консультаций (по существующим нормам, стандартам, технологиям): информирование, расчеты, разработки, документирование, специальная диагностика (аудит и т. п.), обучение;

б) в рамках «ценностных» консультаций (по аспектам корпоративной культуры, неформальных норм, организационного климата, командообразования, формирования клиентской ориентации и пр.): обучение, групповая работа, переговорная технология, социально-психологический тренинг, коучинговые сессии.

Две другие группы методов, реализуемых джереналистами, включают:

а) в рамках консультирования по управлению проектами: организационная диагностика, проектные разработки, проблемные модерации и семинары, обучение;

б) в рамках консультирования по процессам: организационная диагностика, аудит процессов, новые технологии переговоров, взаимодействие, сценарный метод, социодрама, рефлексивный метод, тренинговые методы, групповая работа, игровые методы, аналитические (проблемные) семинары и т. д.

Как видно, в разные группы могут входить одни и те же методы.

Выбор метода зависит и от той роли, которую выбирает консультант в соответствии с особенностями заказчика, поставленными задачами, решаемыми проблемами и прочими факторами. Например, нормативные консультации с соответствующим набором методов используют консультанты в ролях: эксперт, аудитор, разработчик, советник, преподаватель. Методы в рамках «ценностных» консультаций используют консультанты, реализующие роли: идеолог, медиатор, тренер, инноватор. Консультирование по управлению проектами с соответствующим набором методов реализуют консультанты в ролях: диагност, эксперт, разработчик, преподаватель, инноватор. Консультирование по процессам на базе определенных методов применяют консультанты, находясь в ролях: фасилитатор, диагност, инноватор, эксперт, медиатор, модератор, игротехник-методолог.

Деление на группы методов и распределение методов по ролевым позициям консультанта условно. Оно отражает общие закономерности и может трансформироваться по мере развития консультационной практики.

Следует различать консультации и консультирование. Специалисты по управленче-

скому консультированию могут осуществлять и то, и другое. Но консультация – это передача знаний и советов, а консультирование есть гораздо более сложный процесс взаимодействия консультанта и клиента, основанный на какой-то методике или даже технологии. Как правило, экспертный консалтинг осуществляется в форме консультации, а процессный и обучающий – в форме консультирования.

Выбор методов и технологий управленческого консультирования зависит и от типа клиента. Так, клиенты различаются по:

1. Формальным признакам:

1.1. Размеру предприятий: малый, средний или крупный бизнес;

1.2. Отраслевой принадлежности: в одной или в нескольких отраслях;

1.3. Форме собственности: частные, государственные или смешанные фирмы;

1.4. Географическому размещению: в ограниченной географической области либо за рамками региона;

1.5. По сложности управления: простые системы управления либо различных уровней сложности;

1.6. По стадии развития компании-клиента: кризисные, благополучные, стартовые клиенты.

2. По неформальным признакам:

2.1. По компетентности персонала: высокая квалификация, средняя, низкая;

2.2. По степени открытости изменениям: открытость знаниям, открытость новшествам, открытость методам, открытость нововведением;

2.3. По типу ожиданий от консультанта: квалифицированный клиент, «чудоискатель», «стагнат», «командир»;

2.4. По степени вовлеченности в консультационный процесс: «отстраняющиеся», «вовлеченные»;

2.5. По потенциальной способности охватывать разные объемы консультационных услуг: консультантоемкий и неконсультантоемкий клиент;

2.6. По характеру осуществления консультант-клиентских отношений: «рыхлый» и «плотный» клиент.

К примеру, квалифицированный консультантоемкий клиент, открытый методам, будет запрашивать разнообразные технологии и приемы консультирования, которые по предварительным оценкам самого клиента высоковероятно дадут положительный эффект. А клиент «командир», ориентированный на знания, будет предпочитать узкий набор методов,

согласующихся с уже имеющимися у него представлениями и ожиданиями. Клиент «чудоискатель» может проявлять безразличие к методам, ориентируясь на конечный результат, зачастую превосходящий реальные возможности.

Таким образом, особенность клиентов и консультантов заключается в том, что не каждый клиент хочет и способен использовать последние нововведения в технологии и методиках менеджмента и не каждый консультант способен работать в авангарде новых технологий и методов. Поэтому важно оценивать не только уровень искушенности клиента, но и личный уровень консультанта [1].

Приведем пример новой для российских организаций технологии внутреннего управленческого консультирования, получившей название «Идем на гембу». Данная технология может быть использована на таких этапах процесса управленческого консультирования, как организационная диагностика, выработка идей по решению выявленных проблем, обучение персонала и вовлечение в консультационный проект. Реализуется в полном объеме данная технология в рамках процессно-обучающего консультирования.

Технология появилась и активно используется на японских предприятиях. На японском языке слово «*gemba*» означает настоящее место – место, где происходит настоящее действие. Все виды бизнеса используют три основных мероприятия, прямо связанных с получением выгоды: разработка, производство и продажа. Без этих мероприятий компания не может существовать. Поэтому в широком смысле *gemba* означает место, где реализуются эти три основных группы мероприятий. В более узком смысле, однако, *gemba* означает место, где формируются товары или услуги. Во многих секторах услуг *gemba* является тем местом, в котором клиенты сталкиваются с предложенной услугой. В гостиничном бизнесе, например, *gemba* везде: в вестибюле, в комнате приема гостей. Большое количество отделов в этих компаниях сферы услуг имеет своих внутренних клиентов, с которыми у них свои отношения, что также является *gemba* [2].

Маасаки Имаи отмечает, что «оставаться в тесном контакте с рабочим местом и понимать его *gemba* является первым шагом в эффективном управлении производством». Он предлагает пять золотых правил управления рабочим местом *gemba*:

- когда возникает проблема (отклонение), сначала идите на рабочее место *gemba*;

- проверьте материальные объекты *gembutsu* (соответствующие предметы);
- примите временные контрмеры на месте;
- найдите основную причину;
- проведите стандартизацию с целью исключения возможности повторения проблемы [2].

Суть технологии «идем на гембу» заключается в том, что сотрудники обеспечивающих подразделений (в том числе руководители) отправляются на гембу. Они могут реально работать на гембе, а могут только наблюдать, делая записи. Конечно, первый вариант предпочтительнее, но он не всегда возможен в силу особенностей гембы (в частности, на опасных видах производства).

Опыт показывает, что благодаря технологии «идем на гембу» появляются идеи, касающиеся улучшения бизнеса, однако очень важно правильно организовать процесс, и именно в этом способны помочь консультанты. Использование этой технологии должно состоять из следующих этапов.

1. Предварительное обучение тех, кого мы планируем отправлять на гембу (например, для работы на кассе необходимо в общих чертах понять, какие существуют операции, какие стандарты есть у продавцов и др.).

2. Подготовка персонала гембы. На этом этапе важно проинформировать персонал гембы о целях мероприятий, настроить его на то, что «к ним придут в гости», попросить поставить на места наиболее опытных сотрудников, способных терпеливо и грамотно объяснять сущность своей работы.

Если этот этап проведен неправильно, то возникают такие риски, как:

- персонал гембы относится к этому настороженно и скептически, формируется стереотипное восприятие, которое можно выразить фразой «приехали из офиса поиграть»;
- персонал гембы не допускает ни к чему новичков, так как боится или жалеет их.

3. Провести теоретическую подготовку. На этом шаге очень важно «настроить» тех, кто идет на гембу на генерирование идей. Это можно сделать благодаря предоставлению нужной теории. Например, рассказать о «муда» (то, что потребляет ресурсы, но не создает стоимости), привести примеры и предложить искать «муду» на гембе, так как ее устранение может позволить:

- улучшать качество,
- увеличивать производительность,
- снижать количество запасов,
- сокращать протяженность производственной линии,

- снижать время простоя оборудования,
- уменьшать занимаемую площадь,
- снижать срок подготовки новой продукции к выпуску [2].

Кроме этого участников технологии «идем на гембу» важно сориентировать, где им нужно искать идеи для улучшения бизнеса. Можно предложить классификацию «4 М»:

- *man* – человек,
- *machine* – машина,
- *material* – материал,
- *methods* – методы.

Это позволит сосредоточить их внимание на разных областях гембы и думать о том, что можно изменить в каждой из них. В частности:

- в области «*man*» – понять, как можно улучшить условия труда, как повысить мотивацию, каким знаниям и навыкам необходимо обучать и др.;

- в области «*machine*» – увидеть, как работает оборудование, насколько оно эффективно и др.;

- в области «*material*» – увидеть качество используемого материала, его соответствие поставленным требованиям и др.;

- в области «*methods*» – понять, как можно улучшить метод работы, насколько они соответствуют предъявляемым требованиям клиентов и др.

4. Создать мотивацию для работы на гембе. Этот этап является ключевым, так как без высокого уровня мотивации и понимания значимости процедуры, консультант не получит нужный результат на выходе. В качестве методов создания мотивации можно предложить следующее:

- демонстрация опыта «лучших» мировых практик использования технологии «идем на гембу»;

- представление опыта известных в компании сотрудников, побывавших на гембе (например, топ-менеджмента);

- создание конкурентной среды: разработка критериев оценки работы на гембе (например, полученная выручка, количество проданного товара, предложенных идей и т. д.) или (и) определение номинаций (например, лучшая идея, лучший участник).

5. Работа на гембе. На этом этапе очень важна работа консультанта с точки зрения моделирования процесса, среди его задач важно отметить следующие:

- обеспечение работой каждого в соответствии с его уровнем готовности (имеется в виду, что важно давать ту работу, к которой участник готов физически и морально);

- постоянная мотивация как тех, кто временно пришел на гембу, так и тех, кто постоянно находится на ней;

- остановка попыток перехода на взаимоотношения «подчиненный – руководитель» между теми, кто временно пришел на гембу, и теми, кто постоянно находится на ней;

- побуждение к постоянному генерированию идей.

6. Подведение итогов и оформление идей. На заключительном этапе необходимо подвести итоги, определить победителей, провести награждение (при этом поощрить важно и персонал, постоянно работающий на гембе). Кроме этого, важно понимать, как дальше будут «двигаться» идеи. Один из вариантов – направить их в службы, отвечающие за данные процессы, и выбрать ответственных за оценку эффективности и реализации идей.

Рассмотренные выше этапы представляют собой полный цикл использования технологии «идем на гембу». Консультанты могут использовать ее и в сокращенном виде. В частности, при «пилотном» внедрении нововведения, при необходимости поиска причин оп-

ределенных проблем, при получении информации о процессах, происходящих на гембе и др. Как отмечает Масааки Имаи: «что бы вы ни делали, вы можете делать это лучше», постоянное посещение гембы может позволить находить идеи для улучшения.

О перспективности данной технологии свидетельствует то, что на передовых российских предприятиях, в том числе на предприятиях и в организациях Омска, она уже внедрена и дала свои положительные результаты. Эффективность её зависит от общего уровня менеджмента компании, развитости бизнес-процессов, уровня адаптации данной технологии к специфике конкретной компании специалистами, которые применяют его в целях консалтинга и совершенствования управленческой практики.

1. *Пригожин А. И.* Методы развития организаций. – М. : МЦФЭР, 2003. – 864 с.

2. *Масааки Имаи.* Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества. – М. : Альпина Паблишер, 2010. – 344 с.

**РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ В БАНКЕ:
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА**

**IMPLEMENTING STRATEGY OF PARTNER RELATIONSHIP MARKETING IN A BANK:
FOREIGN EXPERIENCE**

Е.В. Исаева, В.Ю. Мамаева

E.V. Isayeva, V.U. Mamaeva

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Е.А. Шамкина

E.A. Shamkina

Омское отделение № 8634 ОАО «Сбербанк России»

Для успешной реализации стратегии маркетинга партнерских отношений в современной банковской среде необходимо учитывать зарубежный опыт в области маркетинга. Понятия маркетинга отношений и CRM (Customer Relationships Management) не могут существовать отдельно. Классическая маркетинговая теория потерпела фиаско в описании многих необходимых и реально существовавших видов маркетинговых практик, что и предопределило появление маркетинга отношений (relationships marketing) в конце прошлого столетия. Роль катализатора в распространении нового течения играют информационные технологии, радикально меняющие существующие способы организации управления в банковской сфере.

The authors note that for successfully implement a marketing strategy of partnership in the modern banking environment, it is necessary to take into account international experience in marketing. The concepts of relationship marketing and CRM (Customer Relationships Management) cannot exist separately. Classical marketing theory has failed in its description of the many necessary and actually existed types of marketing practices. It's determined the emergence of relationship marketing at the end of the last century. The information technologies play a catalytic role in the dissemination of new course and radically alter the existing ways of organizing governance in the banking sector.

Ключевые слова: банковский маркетинг, партнерские отношения, программное обеспечение, клиенто-ориентированность, CRM-системы.

Key words: bank marketing, partnerships, software, customer focus, CRM-system.

Состояние отечественной банковской системы и обострение конкуренции между финансовыми институтами влекут за собой необходимость признания и применения на практике позитивного опыта в области банковского маркетинга, который накоплен банками, функционирующими в экономически развитых странах. В условиях интеграции России в мировую финансовую систему своевременность научного исследования передовых методов банковского маркетинга имеет стратегическое значение для страны в целом. В данном аспекте дальнейшее изучение опыта работы зарубежных банков представляет значительный интерес с точки зрения управления процессом создания, развития и поддержания отношений с юридическими и физическими лица – клиен-

тами банка, реализации концепции их компетентного обслуживания и повышения рентабельности деятельности банка в целом.

Рассмотрим предлагаемые западными специалистами направления деятельности, которые могут существенно повысить эффективность банковского маркетинга и так или иначе связаны с введением новых методов организации и управления отношениями банка с клиентами.

Современные системы распространения услуг банка имеют более целенаправленный характер воздействия на определенные группы потребителей посредством внедрения интернет-технологий. Однако сдерживающим фактором развития таких систем является реализация части банковских продуктов исключи-

тельно при условии личного присутствия клиента и служащего банка, что предполагает традиционную систему распространения посредством филиальной сети банка с учетом рационального территориального размещения и удобного графика работы.

В настоящее время ОАО «Сбербанк России» (Сбербанк) активно реализует программу реформатирования офисов. К концу 2012 г. почти три тысячи внутренних структурных подразделения (ВСП) банка будут выполнены в новом формате. Это больше, чем сеть любого другого российского банка. Новые стандарты клиентского сервиса станут «новой нормой» для Сбербанка. Планируется обеспечить приоритетное реформатирование сети офисов банка в 100 крупнейших городах России. В них сосредоточены практически две трети целевых розничных и корпоративных клиентов. Эта программа затронет и малые города. Продуманное распределение офисов различных форматов с учетом принципов геомаркетинга, безусловно, организован сервис, безусловно, не только станут катализатором роста бизнеса, но и весьма положительно скажутся на имидже банка.

Рассмотрим некоторые зарубежные методы управления отношениями банка с клиентами. В последние годы европейские банки расходуют значительные средства на адаптацию и оптимизацию сетей распределения и сбыта банковских продуктов и услуг к новым потребностям клиентов. Видимыми результатами этих усилий являются: новое автоматизированное оборудование в банках, развитие различных форм дистанционного обслуживания и т. д. Однако еще более существенными являются изменения, остающиеся невидимыми для клиентов и связанные с использованием новой технологии управления отношениями с клиентами (CRM – Customer Relationships Management). Эта новая технология второго поколения предполагает изменение рабочих мест служащих банка, осуществляющих непосредственные контакты с клиентами, децентрализацию функций банковского маркетинга и изменения в организации и использовании баз данных о клиентах.

Новая организация и оснащение рабочих мест банковских служащих, осуществляющих контакты с клиентами, должна позволять служащим не только вести диалог с клиентом и автоматически генерировать те или иные банковские операции, но и управлять рекламной кампанией (предлагать клиенту новые услуги) в рамках маркетинга «каждому клиенту – отдельный продукт» (one to one), который был

разработан в США. При этом информация о профиле (социально-демографическом, профессиональном и т. п.) клиента и о его кредитной истории должна сразу поступать на экран компьютера, что поможет специалисту банка принять необходимое решение.

Рабочее место должно обеспечить предоставление всем клиентам одинаково высокого уровня услуг, что предполагает: персонализацию услуг в целях повышения прибыли от каждой операции; содействие в поиске досье, документов и операций; помощь в осуществлении процессов; управление и контроль за информацией об объекте и управление связями между объектами.

Децентрализация банковского маркетинга, непосредственно связанная с новым типом рабочего места, проявляется в передаче некоторых маркетинговых функций из специальных служб, занимающихся маркетингом, в операционные службы банка, что увеличит численность пользователей новой технологии CRM, что, в свою очередь, потребует серьезных изменений управленческого и организационного порядка. Служащие банка и консультанты должны быть не только пользователями базы данных о клиентах, но и выполнять функции сбора соответствующей информации. Таким образом, внедряемые изменения приводят к устранению иерархической структуры управления, которая не соответствует требованиям времени.

Важным направлением развития указанной технологии маркетинга является создание баз данных, ориентированных на клиента. Одной из составляющих потенциального рынка банковских услуг является доступ в базы данных, позволяющих аккумулировать внутреннюю и внешнюю информацию для анализа и принятия решений. Таким образом, оптимизация клиентской базы позволит повысить уровень качества предоставления услуг, а также производительность труда работников банка.

При сборе и оптимизации информации по созданию клиентской базы, по мнению М.А. Пономаревой [1] должны быть использованы три типа информации:

– макроинформация, которая находится в распоряжении специалистов по маркетингу, включая данные о возрастных, профессиональных и прочих характеристиках всех клиентов банка. Эта информация используется службами маркетинга для анализа существующего портфеля активов банка и для разработки новых банковских продуктов и услуг;

– микроинформация, используемая коммерческими консультантами, включает различ-

ные характеристики клиента, его поведение и привычки. Такая информация может накапливаться в компьютере и использоваться для персонализации отношений с клиентом;

– мезоинформация, занимающая промежуточное положение между названными выше категориями, представляет собой информацию общего характера, которая позволяет осуществлять сегментирование клиентов по отдельным критериям, определять их свойства (атрибуты, качества и т. д.) Таким образом, вся эта информация должна быть доступна на микроуровне в любом банковском агентстве. Сегодня это становится возможным благодаря новой технологии CRM. Развитие и совершенствование на основе новых технологий баз данных о клиентах вызывает существенные изменения в классической концепции организации и эксплуатации информационных систем. Большинство действующих информационных систем не дают полного представления даже об идентифицированном клиенте.

По мнению Д. Вилсона «CRM-решения действительно предлагают менеджменту набор инструментов для управления взаимоотношениями с клиентами, но, в свою очередь, они предъявляют к организации определенные требования. Во-первых, это наличие CRM-идеологии, во-вторых, регламентация всех бизнес-процессов организации, в частности, формализация процедур продаж, в-третьих, готовность управленческого звена вносить изменения в бизнес-процессы, в систему мотивации сотрудников, и этот список можно продолжать. Внедрение такой системы требует слаженной и осознанной работы от всех участников процесса – менеджеров по продажам, руководителей, IT-специалистов» [2, с. 142].

Информационные технологии предоставляют великолепные возможности для того, чтобы нужная информация попадала к нужным людям в нужное время. Они позволяют создавать и поддерживать громадные базы данных, без которых сегодня немислимо управление бизнесом. Однако покупка технологического решения – самая легкая часть пути. Организационные процедуры и изменение поведения – вот что действительно дается труднее всего. Необходимо обеспечить эффективную работу сотрудников при активности руководителей и максимальном использовании информационных технологий. По итогам 25-го международного конгресса IPMA Award 2011, прошедшего в г. Брисбен (Австралия), проект «CRM Корпоративный» Сбербанка выиграл бронзовую награду в категории Project Excellence in Big-

Sized Projects и команда проекта получила сертификат о вхождении в Top League по международному управлению проектами. Из российских банков Сбербанк был единственным, кто вышел в финал (7 компаний). Первое место занял крупный промышленный проект General Electric Oil & Gas в Катаре, второе место – проект Siemens для компании UPS в США. В конгрессе приняли участие более 700 специалистов из 50 стран мира. «CRM Корпоративный» Сбербанка сегодня – это единая система, реализующая автоматизированный кредитный процесс и модель работы клиентских менеджеров и продуктовых специалистов с крупнейшим, крупным, средним и малым бизнесом. В системе работает более 22 000 сотрудников банка, отражается бизнес-активность по более чем 350 000 клиентов. В системе в любой момент можно получить все сведения о предыдущей и планируемой бизнес-активности клиента, собрать данные для организационных решений, выбрать оптимальную модель работы с нужной клиентской категорией. Сорок специалистов-экспертов, получив статус тренеров (мультипликаторов), сопровождают проект и обучают пользователей по всей стране. Каждого клиента «ведет» свой менеджер, организована командная работа, бизнес-процессы четко регламентированы и едины для всех. В настоящее время в Сбербанке автоматизируется кредитный процесс, развивается блок CRM для малого бизнеса. В ближайшие 5 лет будут сформированы сквозные системы отчетности и управления отношениями с клиентами, позволяющие банку «знать» своих клиентов, последовательно улучшать предложение и расширять продажи продуктов и услуг, совершенствовать качество клиентского обслуживания [3].

Особое внимание следует уделить программе АС «Розничный CRM», стратегическими целями которой являются:

- рост доходов и эффективности бизнеса
 - увеличение среднего числа продуктов на одного клиента;
 - улучшение кросс-процессного взаимодействия при продажах и обслуживании;
 - ориентация на клиента и увеличение уровня удовлетворенности клиентов;
 - повышение производительности труда
- реализация бизнес-процессов в единой системе.

Программа АС «Розничный CRM» – один из наиболее приоритетных проектов Сбербанка, централизующий основные функции взаимодействия с клиентом во фронте. Программа реализуется в соответствии с лучшими миро-

выми практиками (продолжительность разработки комплексного первого этапа, охватывающего основные каналы – 1,5 года, в то время как среднее время внедрения точечных CRM-решений на рынке 2–3 года). Трансформация бизнеса после внедрения CRM будет затрагивать большинство продающих и обслуживающих подразделений: система позволит получить единое представление о клиенте, его продуктах и истории взаимодействия с банком и использовать эти знания для продаж и обслуживания; автоматизация бизнес-процессов во фронте приведет к росту эффективности сотрудников, работающих с системой; система позволит поддерживать большое количество кампаний продаж, которые реализуются в разных каналах. Развитие системы планируется по нескольким направлениям (охват новых каналов продаж и обслуживания, расширение функционала системы, дополнительные интеграции, тиражирование в подразделениях банка).

Задачи программы АС «Розничный CRM» на начальном этапе:

1. Создание единого представления о клиенте, его продуктах и истории взаимодействия с банком.

2. Автоматизация работы сотрудников Контактного центра банка.

3. Поддержка работы по продажам и планированию взаимодействий с клиентом в ВСП.

4. Внедрение инструментов для увеличения объемов повторных продаж и кросс-продаж банковских продуктов и услуг.

5. Интеграция с автоматизированными банковскими системами.

Выполнение задач в программе осуществляется с целью создания единого представления о клиенте, его продуктах и истории взаимодействия с банком. По клиенту ведется следующая информация:

- ФИО клиента, паспортные данные, дата рождения;
- адреса, контактные телефоны и e-mail;
- имеющиеся продукты и услуги банка;
- обращения в контактные центры, потенциальные сделки;
- клиентские менеджеры для VIP и премьер-клиентов;
- расширенное досье для VIP и премьер-клиентов.

На следующем этапе осуществляется автоматизация работы сотрудников Контактного центра:

- автоматическое поднятие карточки клиента по определенному номеру;
- регистрация всех тематик обращения по каналу «телефон»;

- детальная информация по финансовым счетам (остатки, транзакции) из бэк-офисных систем;

- создание и автоматическая маршрутизация отложенных запросов по настроенным правилам;

- отчетность по тематикам обращения, отложенным запросам в различных разрезах.

Далее осуществляется поддержка работы по продажам и планированию взаимодействий с клиентом в ВСП:

- ведение потенциальных сделок от момента обращения клиента до оформления продуктов;

- упрощенный процесс заведения сделок и потенциальных клиентов;

- накопление базы потенциальных клиентов и истории коммуникаций с клиентами;

- планирование активностей менеджеров по продажам;

- оценка эффективности работы менеджеров по продажам ВСП;

- специализированный функционал для работы с сегментами «премьер» и «VIP».

В дальнейшем осуществляется внедрение инструментов для увеличения объемов повторных продаж и кросс-продаж банковских продуктов и услуг:

- механизм сегментации клиентской базы для проведения адресных кампаний;

- управление коммуникациями: планирование каналов, сбор отклика в реальном времени, управление волнами коммуникаций;

- реализация интерактивных сценариев разговора с клиентом;

- передача заявок в ВСП и получение обратной связи об откликах клиента;

- формирование воронки продаж по проведенным кампаниям в различных разрезах.

На завершающем этапе проводится интеграция с автоматизированными банковскими системами.

Таким образом, внедрение концепции CRM позволит персонализировать работу банков, т. е. обеспечить индивидуальную заботу о клиентах, повысить степень удержания и уровень удовлетворенности наиболее прибыльных клиентов при одновременном снижении издержек и увеличении результативности сотрудников в связи с автоматизацией их деятельности. В итоге облегчить процесс внедрения нового, ориентированного на клиента подхода ведения бизнеса.

Учитывая зарубежный опыт, помимо организационных изменений банки должны также вводить систему показателей, отражающих степень удовлетворения потребностей клиен-

тов. Крупные банки уже проводят подобную политику. Например, отделение банковских карточек американского банка Citicorp ежедневно отслеживает динамику 81 показателя, каждый из которых сравнивается со стандартами банковских услуг, разработанными с учетом ожиданий и потребностей клиентов. В российских банках нужны лучшие кадры, эффективные системы управления результативностью и информационной поддержки управленческих решений. За последние несколько лет Сбербанк совершил колоссальный прорыв по сбору и накоплению всевозможной информации о бизнесе. Теперь перед банком стоит задача по систематизации этой информации. Надо структурировать ее в той форме, которая будет быстро помогать выявлять причины проблем и принимать необходимые меры по их исправлению. В 2012 г. руководители банка получают новый эффективный инструмент принятия решений – так называемые «панели управления». На них в простом и удобном виде будут представлены все самые главные показатели деятельности подразделения, приведены отклонения от плановых значений с возможностью анализа причин невыполнения планов, даны типовые рекомендации по дальнейшим действиям в зависимости от ситуации.

Таким образом, формирование и оптимизация клиентской базы, ориентированной на потребности потребителей банковских продуктов и услуг, позволит отечественным банкам:

- повысить эффективность коммуникаций с клиентами;
- снизить клиентские риски и повысить надежность и конкурентоспособность банка на финансовом рынке;
- облегчить процесс удержания старых клиентов, а также поиска и привлечения потенциальных клиентов;
- усовершенствовать процесс разработки новых банковских продуктов и услуг в соот-

ветствии с потребностями клиентов, а также более точно прогнозировать принципы коммерческой деятельности в отношении клиентской базы (позволит выявлять потребности клиентов в банковских продуктах, определять степень удовлетворенности качеством банковских услуг, а также осуществлять процесс кастомизации (измерение параметров предоставления банковских услуг под каждого конкретного клиента) [4].

Изучение этапов эволюции банковского маркетинга свидетельствует, что на смену вертикально-интегрированным маркетинговым системам приходят новые гибкие организационные образования, при которых внимание банков концентрируется на организации продаж банковских продуктов и услуг, на развитии отношений между банками и клиентами. При этом маркетинг представляет собой двусторонний процесс, направляющий в распоряжение банка информацию о желаниях клиентов с тем, чтобы банк мог разработать и предложить им необходимые услуги. Появление новых маркетинговых технологий оказывает незаменимую поддержку коммерческому банку как в корпоративном, так и в розничном сегменте. CRM-технологии дают неограниченные возможности для успешной деятельности коммерческого банка.

1. Пономарева В. А. Зарубежный опыт в области менеджмента и маркетинга // Финансы и кредит. – 2007. – № 20. – С. 45–52.

2. Вилсон Д. Маркетинг : учеб. пособие. – М. : КноРус, 2008.

3. Стратегия развития Сбербанка России на период до 2014 г. – URL : <http://www.sbrf.ru/moscow/ru/about/today/strategy/>.

4. Исследования и маркетинг взаимоотношений. – URL : [//www.gortis.info/index.php?option=com_content&task=view&id=457&Itemid=288](http://www.gortis.info/index.php?option=com_content&task=view&id=457&Itemid=288).

СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

IMAGE FORMATION STRATEGY FOR MEDICAL ORGANIZATION

В.Ю. Мамаева, В.В. Мацько

V.U. Mamaeva, V.V. Matsko

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Статья посвящена вопросам формирования репутационных активов медицинской организации, поскольку именно репутационная составляющая в условиях глобализации и интеграции мировой экономики становится важнейшим конкурентным преимуществом любой организации и позволяет ей не только выходить на новые рынки сбыта продукции и услуг, но и существовать на этих рынках в долгосрочной стратегической перспективе.

The article is devoted to the formation of reputational assets of any medical organization. Reputational component in the context of globalization and integration of the world economy becomes an important competitive advantage for any organization. It allows company not only to expand into new markets of products and services, but also to exist in these markets in the long-term prospect.

Ключевые слова: маркетинг услуг, медицинская услуга, имидж организации, имидж услуги.

Key words: services marketing, medical service, the organization's image, the image of service.

Рыночная трансформация экономики России, насыщение рынка услуг, создание конкурентной среды актуализируют необходимость использования фирмами маркетинговых технологий, одним из элементов которых является формирование и укрепление имиджа. Особое значение он приобретает для сферы услуг, так как в силу специфики самих услуг, в частности, нераздельности процессов их производства и потребления, непостоянства качества, потребители при выборе их производителя все больше опираются на имидж, деловую репутацию организации.

Пациент предпочитает идти в то медицинское учреждение, которое он знает, которому доверяет. Поэтому стратегический путь маркетинговых усилий должен быть нацелен только на одно – создание долгосрочных отношений с клиентом на основе непрерывного диалога клиники и пациента, а имидж – это не что иное, как процесс коммуникации. Другими словами это процесс постоянного выяснения фирмой потребностей ее пациентов и поиск способов удовлетворения их. Имея всю информацию о взаимоотношениях с пациентом, можно предложить ему персонализированные услуги. Выясняя его предпочтения и учитывая пожелания, медицинская организация непрерывно повышает свою ценность для своего клиента, как потенциального, так и постоянного. Сле-

довательно, имидж медицинской организации как элемент маркетинга играет в реализации последнего всевозрастающую роль.

Формирование имиджа медицинской компании становится актуализированной задачей маркетинга, так как технические возможности и качество предоставляемых услуг многих организаций здравоохранения из одного сектора практически одинаковы. Возникает необходимость в формировании и управлении имиджем как одним из главных факторов, который позволяет выделить компанию из числа других, а также привлечь и удержать новых потребителей.

Работа по созданию положительного имиджа не одно или несколько отдельных мероприятий, а вся система деятельности фирмы. В конечном счете, имидж определяется качеством, ценой, доступностью услуги, наличием гарантий, историей фирмы, а также рекламными кампаниями.

Особенностью рынка медицинских услуг является то, что реклама не дает прямого отклика и запоминания имиджа клиники. То есть в отличие от рекламы товаров, реклама услуг имеет определенную специфику.

Большинство пациентов откладывают визит в то или иное медицинское заведение до последнего. Поэтому задача рекламной кампании состоит не в том, чтобы привлечь пациентов прямо сейчас, а в том, чтобы, когда они

захотели навестить медицинскую организацию, то вспомнили вашу клинику и обратились к вам. Отсюда и требования к рекламным каналам продвижения клиники. Лучше работают не краткосрочные рекламные носители: телевидение, радио, газеты, а долгосрочные: рекламные щиты, буклеты, публикации в журналах, корпоративный сайт клиники.

Кроме того, не стоит формировать имидж клиники по принципу: «Мы оказываем все услуги», такая реклама не запоминается и имеет низкую эффективность в привлечении пациентов. Лучше сосредоточиться на описании конкретных преимуществ определенной медицинской организации.

Это определяет потребность в комплексном анализе сущности имиджа медицинской организации, в разработке его стратегической модели как условия повышения конкурентоспособности фирмы на рынке услуг.

Разработка стратегической модели имиджа предполагает выделение объектов и субъектов данного процесса. Применительно к рынку медицинских услуг, по мнению автора, целесообразно выделить следующие субъекты:

- 1) медицинская организация, как таковая;
- 2) средства массовой информации и коммуникации;
- 3) субъекты контактных аудиторий.

Под объектами имиджа предполагаются целевые аудитории, взаимодействующие с субъектами (потребители медицинских услуг).

На наш взгляд, необходимо выделить основные цели формирования имиджа компании:

1. Обеспечить пациента уверенностью в качестве услуг медицинской организации по сравнению с конкурентами.
2. Сформировать набор знаний об услугах компании.
3. Улучшить корпоративный имидж среди существующих и потенциальных потребителей с целью повышения потребительской лояльности.
4. Уменьшить воздействие негативных характеристик медицинских услуг на потребительский выбор.
5. Расширить спектр используемых потребителями услуг.
6. Развивать канал предоставления и продвижения услуг.

Все эти атрибуты качественной услуги могут быть использованы в материалах для продвижения медицинских услуг и формирования имиджа клиники. Большая часть целей при формировании имиджа ориентирована на потребителя медицинской услуги. Среди важ-

нейших элементов имиджа, оказывающих первое впечатление на потребителя, выделим персонал клиники и качество услуг.

1. Роль персонала. Понятие «персонал» в маркетинге подразумевает всех сотрудников фирмы, непосредственно или опосредованно взаимодействующих с клиентами. Это так называемый контактный персонал – операторы-информаторы, сообщающие пациентам сведения об условиях лечения, о стоимости, о гарантиях и т. п.; администраторы-регистраторы, работающие в клинике с пациентами до и после лечебного приема; кассиры; гардеробщицы; работники службы безопасности, встречающие и провожающие пациентов у входа в клинику; медперсонал – врачи, гигиенисты, ассистенты; зубные техники, которых могут приглашать на ортопедический прием; менеджеры по сопровождению VIP-пациентов; операторы обратной связи, которые проводят телефонные опросы пациентов о результатах лечения; младший медицинский персонал, осуществляющий уборку помещений в присутствии пациентов.

2. Под услугами необходимо понимать оказание необходимой медицинской помощи, лечение, а также сервис. Лечение включает комплекс мероприятий, связанных с оказанием медицинской помощи (диагностика, выявление симптомов заболевания, лечебные и профилактические процедуры), а также обязательное профессиональное общение медицинского персонала с пациентом, которое позволяет врачу и ассистенту осуществить эффективное лечение и релаксацию, а пациенту – понять суть его проблемы, содержание рекомендуемого и выполняемого плана лечения, усвоить информацию о прогнозе, возможном дискомфорте, мерах профилактики и гарантиях [1, с. 12]. Необходимо отметить, что в организациях, оказывающих медицинские услуги, особое внимание следует уделять предоставляемому сервису для пациента, так как в данных организациях имидж в первую очередь формируется благодаря обслуживающему персоналу. Следовательно, сервис – это сопутствующие услуги, которые предоставляются пациентам до, параллельно или после оказания медицинской помощи. В сервис входит информирование о спектре выполняемых работ, стоимости и гарантиях, создание атмосферы психологического комфорта на разных этапах пребывания в клинике, предоставление пациенту дополнительных сведений о его проблеме в специальных информационно-рекламных буклетах, проявление персоналом радушия, внимания и

уважения к пациенту, сокращение времени ожидания приема (предложение журналов, напитков, доступа в Интернет, телепрограмм), этикет. Важно уделять особое внимание сервису для клиентов, потому что это формирует положительный имидж, а следовательно, им становится легче управлять. Если сравнивать продукты и услуги, то первые потребляются, а вторые переживаются. Медицинская организация, оказывающая профессиональные услуги, должна уделять пациенту примерно столько же времени, сколько и выполнению технической части работы. Качество медицинской услуги – это степень соответствия потребностям конкретных пациентов [2, с. 30]. Таким образом, каждая фирма может ориентироваться на разное качество услуг, принимая во внимание ту или иную социально-демографическую группу населения, те или иные стандарты, заимствование где-либо или выработанные в своей практике.

Завоевание доверия клиентов к организации осуществляется путем проведения имиджевой политики, т. е. создания модели имиджа организации у целевой аудитории. Предполагается рассматривать имиджевую политику как «совокупность мероприятий, направленных на формирование специфического блага (имиджа), посредством регулирования отношений, поведения на уровне государства, региона, города, предприятия с учетом их потребностей» [3, с. 11].

В современных условиях услуга и фирма, не обладающие своим имиджем или имеющие плохой имидж, не могут рассчитывать на успех.

Модель имиджа медицинской организации должна:

соответствовать реальному положению дел на рынке медицинских услуг. В процессе формирования имиджа необходимо делать акцент на положительных характеристиках организации, которыми она гордится;

ориентироваться на определенную целевую аудиторию, т. е. важно учитывать критерий адресности. Особенно это важно учитывать при разработке рекламной компании;

отличаться от аналогичных предложений других медицинских клиник, быть оригинальными. Сформированный имидж должен отличаться узнаваемостью;

иметь возможность для внедрения изменений. Это необходимо при наличии у медицинской организации стратегических целей по завоеванию новых рынков.

Таким образом, основными свойствами модели имиджа организации являются реальность, адресность, оригинальность, гибкость.

Неотъемлемым атрибутом любой системы является структура. Структура имиджа медицинской организации должна строиться на следующих компонентах: имидж услуги, визуальный имидж и имидж персонала.

Важно помнить, что имидж организации обладает относительной стабильностью, и стратегия формирования имиджа медицинской компании заключается в построении модели имиджа организации. Испытывая потребность в достижении внутренней гармонии, человек готов предпринимать различные действия, которые способствовали бы восстановлению внутреннего равновесия. Поэтому очень важно, чтобы каждый элемент структуры имиджа был информационно заполнен самой организацией. В противном случае массовое сознание в силу определенных стереотипов наполнит содержанием недостающий элемент самостоятельно, что не всегда может пойти на пользу организации: впоследствии внедряя в массовое сознание новую информацию, придется преодолевать барьер уже существующей установки.

Таким образом, реализация имиджевой стратегии позволяет создать дополнительный спрос на рынке за счет формирования убеждения потребителей в необходимости совершения покупки. Имидж услуги оказывает решающий шаг при обращении и приобретении данной услуги. Кроме того, именно имидж, как один из репутационных активов компании, сегодня является не только важнейшим стратегическим ресурсом, но и фактором конкурентоспособности современных организаций.

1. Малахова Н. Г. Маркетинг в здравоохранении. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 222 с.

2. Бойко В. В. Пациент выбирает стоматолога? – СПб. : Сударыня, 2001. – 104 с.

3. Рогалева Н. Л. Современная концепция имиджа организации // Управление персоналом. – 2007. – № 2. – С. 42–45.

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТЕАТРАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

MARKETING PECULIARITIES IN THE FIELD OF THEATRE ACTIVITIES

Т.Н. Канащук

T.N. Kanashuk

Омский государственный театр куклы, актера, маски «Арлекин»

Основное место уделяется составляющим маркетинга в сфере театральной деятельности. Представлены результаты исследования продвижения театрального продукта на примере Омского театра кукол «Арлекин».

The author devotes a significant role to elements of marketing in the field of theatre activities. The author presents the results of his research about theatre product promoting in Omsk puppet theatre «Arlekin».

Ключевые слова: маркетинг, сфера услуг, театр кукол, зритель.

Key words: marketing, public services, puppet theatre, audience.

Одной из главных закономерностей развивающейся экономики России является стремительный рост сферы услуг, который охватывает широкий круг видов деятельности, направленных на удовлетворение потребностей населения, нужд производства и общества в целом: от торговли, транспорта и финансирования до страхования, посредничества консультирования и удовлетворения духовных запросов потребителей.

С приходом рыночной экономики учреждения культуры оказались в принципиально новых условиях. Снижение уровня государственного финансирования, нестабильность формирующегося спонсорства, благотворительности и меценатства, непредсказуемость поведения аудитории, в том числе из-за развития коммерческого сектора досуга, обусловили целый комплекс проблем. Однако именно вызов новой социально-культурной реальности, перестраивающей взаимоотношения искусства и публики, придал маркетингу столь важное значение.

Маркетинг присутствует в сфере культуры как в явно выраженной форме, так и в ситуациях, подразумевающих его присутствие. Например, в том случае, когда речь идет о потребностях в сфере культуры, на самом деле имеются в виду проблемы маркетинга. На сегодняшний день культурные потребности являются вторичными (или же, по-другому, высшими) потребностями. Никто не пойдет в театр или не начнет читать книгу, если ему не знакомо чувство восприятия художественных цен-

ностей. Недостаточно только понимать естественную суть культурных потребностей, необходимо стимулировать это явление, вызвать интерес к нему.

На современном этапе развития рынка культурных услуг в стране возникла насущная необходимость осознанного применения маркетингового подхода в управлении учреждениями театральной сферы. Изменение социально-культурных потребностей посетителей, несоответствие спроса и предложения на рынке культурных услуг определяют необходимость внедрения инструментов маркетинга в процесс управления учреждениями культуры для обеспечения качественного формирования, развития и удовлетворения социально-культурных потребностей человека и общества, что в конечном итоге способствует повышению качества жизни потребителей.

На сегодняшнем рынке побеждает не столько качество и даже не новизна – они стали нормой. Все чаще конкурентное преимущество определяется умением занять определенные позиции в информационном поле общества, где борьба идет за известность, за интерес и внимание публики. А это означает, что культура, традиционно и эффективно работавшая с общественными интересами, становится потенциальным ресурсом для бизнеса, зависящего от творческих решений дизайнеров, специалистов по рекламе и PR.

На социологию исполнительских искусств западные ученые обратили внимание еще в

начале XX в. В 1950–1960-х гг. появились первые труды, посвященные экономике культуры и проблемам финансирования исполнительского искусства, позднее в 1970-х, крупнейшие маркетингологи всерьез озаботились проблемами исследования рынка в некоммерческом секторе. Дискуссию начал Ф. Котлер, предложив распространить маркетинг на непродовольственную, некоммерческую (нонпрофитную) сферу на том основании, что она, как и обычное производство, ориентирована на потребителя.

Однако стоит более подробно остановиться на том, что же такое маркетинг, в чем отличие маркетинга некоммерческих организаций и в чем состоит разница в подходе к маркетингу в западных и российских организациях исполнительского искусства.

По мнению Котлера современный маркетинг – «это метод, который сегментирует население, определяет нужды представителей этих сегментов и затем создает и приспособливает продукты для удовлетворения их потребностей» [1, с. 49].

Иными словами, маркетинг есть определение поведения фирмы в соответствии с рынком. Однако в данном определении есть одна важная деталь – оно полностью ориентировано на потребителя. Продукт создается после того как осознан целевой сегмент и его целевые нужды. Безусловно, маркетинг включает в себя не только осознание мотивации потребителя, но и программирование деятельности, ее реализацию, контроль осуществления, оценку, как самой деятельности, так и ее результатов. Из вышеизложенного вытекает, что маркетинг – понятие, требующее конкретного наполнения. И одновременно комплексный вид управленческой деятельности. В самых общих чертах можно сказать, что маркетинг – это теория и практика менеджмента в соответствии с ситуацией на рынке и влияния на эту ситуацию, именно так его определяет Г.Л. Тульчинский [2].

В данном аспекте рассмотрим определение маркетинга для некоммерческих организаций Ф. Котлера, – «это анализ, планирование, реализация и контроль за исполнением тщательно разработанных программ, призванных обеспечить добровольный обмен ценностями с целевыми рынками ради достижения целей организации. Он в большей степени опирается на модификацию предложения организации с учетом нужд и желаний целевых рынков, а также на использование эффективного ценообразования, связей с публикой и рекламных рассылок для информирования, привле-

чения и удовлетворения спроса клиентов» [3] (пер. автора).

В целом данное определение достаточно универсально и имеет больше схожего, чем различного с коммерческой сферой. Здесь также говорится об «анализе» и «планировании», а также «модификации предложения с учетом нужд», однако учтена важная особенность: в коммерческой сфере продукт возникает вследствие потребностей рынка, а в сфере культуры он хоть и «опирается» на нужды и желания целевых рынков, но все же возникает во многом по причине своей художественной ценности [4].

Понимание маркетинга как средства развития торговли часто выпадает из поля зрения учреждений культуры. Маркетинг чаще считают деятельностью, направленной на повышение имиджа, направлением, которое может привести публику или найти пользователей услуг. В центре внимания на первом месте все же должна быть реализация создаваемого продукта и получаемые от этого доходы. Цель маркетинга заключается в том, чтобы люди покупали больше и чаще [5].

Традиционно экономическая наука рассматривает театральную деятельность в рамках сферы услуг. Деятельность организаций культуры отражает состояние отрасли через содержание предлагаемых произведений (декларируемые ценности, спорные вопросы, табу), через использование определенных технологических форм и приемов, через объем предложения и через тип потребления. Тип потребления можно проиллюстрировать следующим примером: танец могут исполнять все присутствующие, в таком случае это развлечение; если же танец смотрит публика, это представление [6].

Основной целью маркетинга в сфере культуры становится поиск своего потребителя: зрителя, слушателя, читателя, участника проекта, того покупателя, ради которого, в конечном счете, и существует любая организация культуры.

Технологии управления театра, существовавшие в условиях нахождения Омского театра кукол «Арлекин» в плохо приспособленном помещении, с залом в 90 мест, хотя и имели некоторые признаки рыночного механизма, в современных условиях применяться в той мере уже не могут. Поэтому поиск форм и методов совершенствования управления театром, направленного на пропаганду искусства театра кукол в стране и за рубежом, возрождение театральных традиций, привлечение зри-

телей на спектакли не только актуален, но и жизненно необходим.

Театр кукол – единственный из театров, где актеры не выходят на репетицию без готовых декораций и кукол. Театр кукол – это небольшое государство со своим управлением, своим производством – мастерскими по изготовлению кукол и декораций, со своей экономикой, со своей политикой (репертуарной и ценовой), со своими жителями – персоналом. Поэтому очень важно, используя рыночные механизмы, помнить об этой специфике театра кукол.

Омский театр кукол был основан в 1936 г. В 1958 г. театр кукол переезжает из деревянного домика на улице Чкалова, где у него было всего две комнаты, в новое помещение на пр. К. Маркса, 10 (зал – 90 мест). 30 декабря 2005 г. Омский государственный театр куклы, актера, маски «Арлекин» переезжает в новое, здание общей площадью 6835,1 кв. м, с двумя сценами и залами, современным оборудованием, зимним садом, вертикальным музеем театра служебным и зрительским буфетом, залом психологической разгрузки.

Современное здание позволяет не только реализовывать новые творческие замыслы, но обуславливает новый подход к формированию услуг театра: основных и дополнительных.

Изменившиеся условия среды определили дальнейшее развитие имеющихся и появление новых направлений в работе Омского государственного театра куклы, актера, маски «Арлекин».

Традиционно существует стереотип, что театр кукол – театр для зрителя младшего возраста, но в репертуаре Омского театра кукол есть и спектакли для взрослого зрителя, очень остро стоит вопрос о привлечении зрителей в его залы. Существует еще и психологический аспект: молодые люди в период становления пытаются отречься от всего, что окружало их в детстве, в данном контексте – от кукол. И это тоже непосредственно сказывается на «желании» зрителей молодого возраста посещать театр.

На представлениях театра кукол «Арлекин» традиционно приходится видеть публику разных возрастов, в том числе и взрослых, пришедших на драматический спектакль с участием кукол. В репертуаре театра на сегодняшний день 51 спектакль, из них 7 спектаклей для взрослой аудитории.

Когда есть выбор, зритель, как правило, отдает предпочтению спектаклю, который предоставляет возможность одновременно оценить

игру любимых актеров, сходить в «престижный» театр или на «модного» режиссера. Поэтому, чтобы правильно выбрать стратегический подход к решению проблемы проката и успешно его реализовать, необходимо определить миссию проекта, его философию, смысл существования и задать главный вопрос: почему зритель должен выбрать именно этот спектакль?

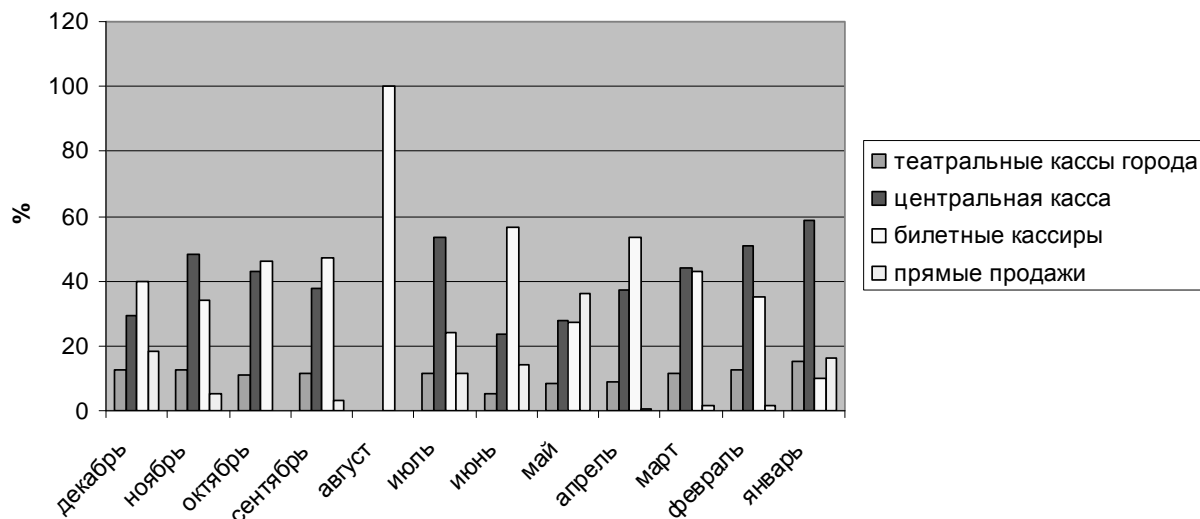
Проблему проката спектаклей можно разделить на четыре составляющие – три основные и одну вспомогательную: продвижение спектакля, распространение билетов, организацию гастролей и имиджевую политику [1, с. 304].

Остановимся более подробно на одной из них – распространение или продажа билетов, что является главной проблемой театра. Одним из эффективных способов продвижения спектакля является продажа персональная, или прямая. Так как продажа производится лично, то это дает возможность придать эмоциональность сообщению, учесть индивидуальность потенциального зрителя, ответить на все интересующие его вопросы или развеять сомнения, так как спектакль – театральная услуга, а она неосвязаема и нематериальна по своей природе.

Большое внимание и значение придается работе с билетными кассирами-уполномоченными. Они обеспечивают – 36 % от общей продажи билетов (см. диаграмму). Их вознаграждение устанавливается приказом директора театра по ценовой политике. Распространение билетов через кассы в крупных торговых центрах составляет 11 % от общей продажи билетов.

На прямые продажи билетов приходится 12 %. При этих продажах процент вознаграждения не выплачивается и расширяется клиентская база зрителей. Продажи через интернет-кассы в театре не существует. Эта проблема в настоящее время находится в разработке, так как этот способ покупки билета удобен для людей, постоянно пользующихся Интернетом и живущими далеко от мест распространения театральных билетов.

Если проанализировать процесс распространения билетов, то можно сделать вывод, что самой эффективной является продажа через билетных кассиров, при личном контакте продавца и покупателя. Реализация билетов через театральные кассы города в течение года меняется от 5 % в июне до 15,2 % в декабре. Продажа билетов через центральную кассу театра – от 29 % в декабре до 59 % в январе – показывает востребованность театра и желание потребителей посещать спектакли и приобретать билеты.



Общая диаграмма распространения билетов, 2011 г.

У театра нет вчера и завтра, есть только сегодня. Театр всегда ведет диалог со своими современниками. От поднятия занавеса до его закрытия. Чудо свершится, если зритель будет в зале и за короткий срок актер и режиссер сумеют достучаться до его сердца.

1. *Котлер Ф., Шефф Дж.* Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. – М.: Классика-XXI, 2004.

2. *Тульчинский Г. Л.* Менеджмент в сфере культуры. – СПб., 2001. – С. 131.

3. *Kotler F.* Strategic marketing for nonprofit organizations. – Englewood Cliffs; NS: Prentice-hall, 1975. – P. 5.

4. *Потемкина О.* Маркетинг исполнительских искусств: динамика развития и отличительные черты // Сцена. – 2006. – № 5. – С. 55–56.

5. *Драгичевич-Шешич М., Стойкович Б.* Менеджмент в культуре и искусстве: сб. статей / пер. Л. Данилекно. – Новосибирск: Тигра, 2000. – С. 85.

6. *Колбер Ф.* и др. Маркетинг культуры и искусства / пер с англ. Л. Мочалова; под ред. М. Наймарк. – СПб.: Издатель А.И. Васин. – 2004. – С. 18.

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЛЬНОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ОТРАСЛИ

PROBLEMS OF INCRISING EFFICIENCY IN FLAX INDUSTRY

К.В. Битенюк

K.V. Bitenuk

ООО «ЛенОм»

А.М. Попович

A.M. Popovich

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В настоящее время в России льноперерабатывающая подотрасль АПК пребывает в сложном состоянии. Попытки исправить ситуацию путем увеличения финансирования подотрасли весомых результатов не дали. В статье рассмотрены основные направления возрождения и повышения эффективности льноперерабатывающей подотрасли.

Nowadays Russian flax producing branch of agroindustrial complex faces some difficulties. In spite of government attempts to correct this situation by increasing financial recourses of this branch the results are rather lowly. In this article the author attempts to find the way of overcoming this problem by researching some effective tools in micro level.

Ключевые слова: вертикально интегрированные структуры, льнопереработка, парафармацевтическая продукция, агропромышленный комплекс, субсидирование.

Key words: upright integrated structures, processing of flax, parapharmaceutical products, agroindustrial complex, funding.

Принято считать, что в сельском хозяйстве вполне эффективно может функционировать цепочка: небольшие крестьянские хозяйства – предприятия по первичной переработке сельскохозяйственной продукции – предприятия по вторичной переработке – конечный потребитель. Безусловно, крупные предприятия на 1 стадии могут быть продуктивней за счет эффекта масштаба, однако поощрение предпринимательской активности населения в сельском хозяйстве имеет ряд преимуществ. Например, существование небольших хозяйств может выступать гарантом отсутствия монополий крупных предприятий на рынке труда в населённых пунктах с небольшим числом жителей. Другим преимуществом является то, что малые хозяйства более склонны применять новые методы сельскохозяйственного производства, не связанные с крупными финансовыми вложениями, которые к тому же зачастую субсидируются из государственного бюджета. В

то же время существуют определённые подотрасли АПК, в которых производство качественной продукции просто невозможно «малыми силами». Одной из таких подотраслей является льноводство.

Рассмотрим льноводство с ретроспективной точки зрения. Лен – одно из древнейших культурных растений, имеющих возраст не менее 7000 лет. На Руси усиленное развитие льноводство получило при Петре I, льняное волокно и льняные ткани были одним из основных предметов торговли с Западной Европой и источником пополнения царской казны.

На протяжении нескольких столетий Россия традиционно являлась крупнейшим мировым производителем и экспортером льноволокна и льняных тканей. В начале прошлого века из 1,5 млн га мировых посевных площадей льна и 700 тыс. тонн производимого льноволокна больше половины приходилось на Россию. В 1980-е гг. в Российской Федерации про-

изводилось 200–240 тыс. тонн льноволокна. Для переработки льносырья была создана целая сеть льнозаводов. В отрасли насчитывалось более 60 фабрик и льнокомбинатов. Для развития льняного комплекса была создана современная научная база, объединяющая целую сеть научно-исследовательских институтов, лабораторий и предприятий.

Центральный район Российской Федерации лидирует в производстве льняных тканей (Владимирская, Ивановская, Костромская, Ярославская области), поскольку основные посевы льна размещены в Смоленской и Тверской областях. Большое значение льняное производство имеет также в Северном (Вологодская область) и Северо-Западном (Псковская область) районах.

С начала 1990-х гг. определилась устойчивая тенденция сокращения посевных площадей и производства льноволокна. В 1993 г. Правительством РФ была принята программа «Возрождение российского льна», однако она была плохо профинансирована, и средств было недостаточно для того, чтобы стабилизировать положение в льняной отрасли. В 1996 г. экономическая обстановка в льноводстве России еще более осложнилась. Хозяйства практически сдавали льносырье бесплатно из-за отсутствия денежных средств у льнозаводов. Выращивание льна в России впервые стало убыточным.

Основными причинами разрушения льняного производства России явились: переход экономики от жесткого планирования к рыночным условиям, в результате которого произошел распад сложившихся экономических, производственных и технологических связей между отдельными отраслями и предприятиями льняного комплекса, длительный срок оборота капитала при возделывании льна-долгунца. Также в условиях нерегулируемой рыночной экономики сложился крайне высокий дисбаланс между стоимостью материально-технических ресурсов, необходимых для производства льна, и стоимостью льносырья.

Для экономики Сибирского региона развитие льноводства также имело огромное значение, но к 2000 г. льняной комплекс Омской области был полностью разрушен. Из четырех заводов по первичной переработке льна остался только один – Знаменский льнозавод, да и тот практически не работающий и частично в разрушенном состоянии. Хозяйства перестали сеять и выращивать лен-долгунец. Разрушение льняного комплекса происходило под воздействием тех же причин и факторов, которые

привели к кризису практически всех отраслей экономики России. Однако льняной комплекс оказался в числе первых по глубине падения производства, экономического и финансового неблагополучия.

Попытки вывести льняную отрасль Омской области из кризиса были, но они имели непоследовательный и однобокий характер, продлевающий «агонию» на некоторое время:

– засевали большие площади льном, выращивали, убирали, а дальше не знали, что делать с урожаем, так как перерабатывающие мощности в области отсутствовали или простаивали. В итоге труд был напрасным, а лен погибал;

– пытались восстановить старое оборудование и работать по старой технологии, получая волокно, ориентированное для использования в текстильной промышленности. Но отсутствие надлежащего качества и отдаленность текстильных фабрик приводили опять же к плачевному результату;

– одно из самых страшных последствий кризиса и предпринятых вышеуказанных мер по выходу из него – сельхозпроизводители потеряли веру в востребованность своего труда и того продукта, который они производят. Они перестали понимать, для чего они выращивают лен, для чего его пытаются переработать и т. д.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод: нельзя полумерами вывести из кризиса льняной комплекс Омской области. Необходимо решать все проблемы, возникающие на технологической цепочке «поле – переработка – потребитель» в совокупности. Необходимо кардинально поменять взгляд на технологию переработки льна и создать новые продукты из льна, которые не были бы завязаны на существующие текстильные комбинаты. Попытаться заинтересовать всех общей идеей и объединить на понятных и взаимовыгодных условиях.

На федеральном уровне, судя по информации, которой мы располагаем на сегодняшний день, в ближайшее будущее не предвидится подвижек в решении данного вопроса. Всю технологическую цепочку льняного комплекса Омской области необходимо восстанавливать своими силами. Другими словами, необходимо создать замкнутую систему внутри Омской области от выращивания льна-долгунца, его переработки в волокно, до дальнейшего получения высокотехнологичной продукции для нужд местных предприятий и организаций.

В настоящее время в стране наблюдается дисбаланс между выращиванием, переработкой льна и производством готовых тканей.

Одной из причин такого положения является неэффективное производство льноволокна. Лен, выращиваемый в России, очень низкого предельного качества. Производство длинного волокна, необходимого текстильной промышленности, составляет менее 30 % от общего количества льна, производимого в стране. В итоге потребности текстильной индустрии приходится удовлетворять за счет привозного импортного сырья. Основным поставщиком льноволокна являются Бельгия, Голландия, Франция. В то же время короткое льняное волокно долгое время считалось материалом пригодным лишь для производства технических тканей, но в результате высокой себестоимости его производство оказывалось абсолютно невыгодным. В итоге тысячи тонн российского волокна остаются лежать на складах. Цены падают. А льносеющие хозяйства вынуждены сокращать посевные площади. Закупочные цены на лен устанавливают льнокомбинаты в зависимости главным образом от спроса на готовую продукцию.

Рассмотрим основные условия эффективного возделывания льна:

1) использование качественных семян (стоимость наиболее качественных семян льна-долгунца в России достигает 70 000 руб./т);

2) севооборот. Как правило, используется 6–7-польная система, т. е. необходимый земельный фонд для эффективного выращивания льна в 6–7 раз превышает площадь годовых посевов льна, в остальные годы на земельной площади выращиваются злаковые культуры, культуры, используемые в качестве корма для скота и картофель;

3) техническое оснащение. В настоящее время в России не производится техника для выращивания льна, в большинстве хозяйств используется либо старая отечественная техника, морально и физически устаревшая, либо импортная, в основном производства Беларуси, в редких случаях – Франции, Бельгии;

4) высокопроизводительное оборудование по первичной переработке льносырья;

5) государственная поддержка. В настоящее время осуществляется по следующим направлениям: субсидирование технического перевооружения, приобретение элитных семян, производства волокна (данный аспект связан с пунктом 4, так как производители льносырья получают субсидии за тонну произведённого льноперерабатывающими предприятиями волокна из поставленного сырья).

Разберём каждое условие. Для засева земельной площади 1000 га необходимо 110 т семян стоимостью 7 700 000 руб. Кроме того, для воспроизводства семенного фонда необходимо порядка 150 га так называемых «разряженных полей», т. е. участков земли, засеянных менее плотно, они являются источником семян (ещё 10,5 т семян стоимостью 735 000 руб.).

Учитывая специфику севооборота, преобладание в числе рекомендуемых культур пригодных для корма скота, необходимо наличие в относительной близости животноводческих комплексов.

Для эффективного выращивания льна на площади 1000 га необходима покупка импортной техники на сумму, приближающуюся к 80 млн руб. (таблица 1).

Таблица 1

Сельскохозяйственная техника

Наименование техники	Цена, руб.	Кол-во	Стоимость, руб.
Пневматическая сеялка John Deere-730	6 650 000,00	1,00	6 650 000,00
Дискатор 7 метров, TOPDOWN	3 500 000,00	1,00	3 500 000,00
Трактор John Deere-835	9 000 000,00	2,00	18 000 000,00
Самходный опрыскиватель	3 600 000,00	1,00	3 600 000,00
Самосвал ГАЗ 5т	930 000,00	1,00	930 000,00
2-рядная теребилка-очёсыватель U-30	6 114 084,00	5,00	30 570 420,00
2-рядный оборачиватель Ge-240	3 703 243,00	3,00	11 109 729,00
Пресс-подборщик FUYM	1 386 497,00	4,00	5 545 988,00
		Итого	79 906 137,00

Примечание: набор техники сформирован на основе данных, представленных производителем техники – бельгийской фирмы Union. Российских аналогов данной техники больше не существует.

Отношение массы поступаемого льносырья к получаемому короткому льняному волокну может варьировать в диапазоне от 5 до 30 %, на это влияет:

- 1) сорт льна,
- 2) технология выращивания,
- 3) технология переработки.

Государственная поддержка АПК актуальна, пожалуй, в любом государстве, различаются лишь механизмы, характер и направления. Льняной комплекс стоит особняком в данной системе, данное направление сопряжено с рядом сложностей, не свойственных иным направлениям агропромышленной политики:

1) высокая стоимость оборудования для данного вида деятельности, неэффективность дешевых аналогов. Отсутствие отечественных разработок в данной области;

2) трудоёмкость процесса выращивания и переработки;

3) низкий спрос на территории России.

Таким образом, напрашивается вывод о необходимости финансирования технического перевооружения льноводческих хозяйств/предприятий, это приведёт не только к повышению эффективности производства в льноводческой подотрасли, но и к отсутствию необходимости постоянного субсидирования производства волокна. Кроме того, формирование предприятий по дальнейшей переработке льноволокна является вопросом выживания подотрасли. Например, в своё время Республика Беларусь вкладывала серьёзные средства в развитие льноводства, однако в связи с отсутствием крупных предприятий по производству из льноволокна готовой продукции, способной конкурировать с продукцией китайских предприятий, льнозаводам Беларуси приходится экспортировать сырьё, а не готовую продукцию.

Безусловно, в настоящее время главными направлениями переработки льносырья являются производство технических тканей из ко-

роткого волокна и текстильной продукции из длинного волокна, однако становится ясно, что конкурировать с Китаем возможно только посредством поиска новой технологии обработки волокна и производства новой продукции. По подобному пути уже идёт ООО «ЛенОм».

Подход ООО «ЛенОм» к осуществлению льноводческой деятельности выгодно отличается от традиционных методов, используемых в России. Прежде всего руководство компании осознает необходимость построения социально-ориентированного бизнеса, характеризующегося как экономической, так и территориальной эффективностью.

ООО «ЛенОм» продвигает актуальный на сегодняшний день кластерный принцип формирования сельскохозяйственного производства. В Омской области на данный момент отсутствует конкурентная среда, выстроенная на основе полного цикла льнопроизводства. ООО «ЛенОм» сформировало замкнутый цикл, состоящий из стадии выращивания, первичной и вторичной переработки.

Формирование производства на основе полного цикла позволяет успешней перераспределять производственные мощности, а также более гибко реагировать на изменение рыночной конъюнктуры. Учитывая недостаточную развитость льноводства в стране, построение кластерного бизнеса позволит вывести его на новый уровень, приблизив в европейским стандартам сельскохозяйственного производства.

На сегодняшний день технологическая схема построения льноводства включает несколько готовых продуктов (таблица 2).

Таблица 2

Продукты льноводства в замкнутом технологическом цикле

<i>Продукт</i>	<i>Сфера применения</i>
Короткое волокно	Производство технических тканей, утеплителей, котонизированного волокна
Котонизированное волокно	Производство высококачественных утеплителей, синтепона, нетканых материалов
Пакля	Теплоизоляционные нужды
Биозащитные материалы	Производство спецодежды, материалов сопутствующего предназначения

Наибольший интерес представляет производство котонизированного волокна – последняя стадия производственного процесса.

Новыми видами продукции, производимой из котонизированного волокна, содержащими не менее 60 % гигроскопичных волокон льна, могут быть:

1) высокосорбционные перевязочные средства поверхностной плотностью не менее 250 г/м², включающие:

– повязки травматичные, антимикробные, в том числе полифункциональные, многослойные, стерильные (например, с сочетанным антимикробным и анестетическим действием, нескольких типоразмеров (10×10 см – 15×25см);

– полотна антимикробные нестерильные шириной от 10 до 80 см;

2) одноразовые изделия антимикробные поверхностной плотностью от 40 до 80 г/м², стерильные и нестерильные, включающие:

– простыни медицинские (70×70 см – 70×200 см);

– салфетки гигиенические различных типоразмеров (10×10 см – 15×25 см);

– комплекты медицинских одноразовых антимикробных изделий для использования в хирургических, смотровых кабинетах;

– комплекты гигиенических одноразовых антимикробных изделий для косметических кабинетов, саун и т. д.;

– детские пеленки (60×60 и 60×90 см).

Применением таких высококачественных гигиенических и медицинских изделий можно выйти на новый уровень медицинского обслуживания и значительно повысить качество оказания медицинских услуг. Так, в настоящее время доказано, что только переходом на одноразовую медицинскую одежду и средства индивидуальной защиты можно значительно улучшить эффективность борьбы с внутрибольничной инфекцией, резко снизить количество послеоперационных осложнений, уменьшить риск повторного инфицирования, повысить защищенность пациентов и медицинского персонала от различных видов инфекций (гепатитов, герпетических и др.). При этом несомненными являются и экономические преимущества, обусловленные снижением затрат на дополнительное лечение послеоперационных инфекционных осложнений, сокращением общего времени пребывания пациентов в стационаре, упрощением процесса утилизации использованных изделий (исключением их стирки, стерилизации).

Разрабатываемый ассортимент продукции должен увеличить крайне неразвитый в настоящее время сегмент высокоэффективных полифункциональных, многослойных изделий с сочетанным антимикробным, анестетическим и лечебным действием, а также ассортимент высококачественного комфортного медицинского белья и одноразовых антимикробных средств гигиены на основе природных волокон льна. Указанные изделия могут быть востребованы в лечебных учреждениях (гражданских, военных, МЧС), оздоровительных учреждениях (санаториях, косметических кабинетах, саунах), на транспорте и в период проведения массовых спортивных и культурных мероприятий (олимпиад, фестивалей и др.).

В настоящее время ООО «ЛенОм» готовит 2 крупных проекта, которые должны дать толчок развитию льноперерабатывающей подотрасли. Первый проект предусматривает создание лучшего производственного льноперерабатывающего комплекса на территории РФ

в Куйбышевском районе Новосибирской области на основе частно-государственного партнерства.

Проект будет реализован в два этапа. Общий временной период реализации – 2013–2018 гг.

На I этапе реализации проекта на территории Куйбышевского района к 2015 г. должен быть создан льноперерабатывающий комплекс, включающий в себя выращивание и первичную переработку. Проектное название ООО «Волокно».

Для этого необходимо:

1. Организация в Куйбышевском районе современного сельскохозяйственного предприятия и завода по первичной переработке с линией высокой очистки льноволокна и участков по переработке некондиционных семян, остатков целлюлозы, нестандартного волокна, угаров, очесов.

2. Получение кредитных средств, необходимых для реализации I этапа проекта.

3. Заключение договоров с поставщиками техники и оборудования.

Первый этап завершается созданием цикла первичной переработки льна и формированием системы взаимодействия между ООО «Волокно» и ООО «ЛенОм».

II этап реализации проекта включает создание вертикально-интегрированного холдинга с замкнутым производственным циклом выращивания, первичной переработки, глубокой переработки льна и постройку завода по выпуску перевязочных материалов.

Стадии осуществления II этапа: (2015–2018 гг.)

1. Получение кредитных средств.

2. Строительство завода по глубокой переработке льна и выпуску перевязочных материалов.

3. Заключение договоров с поставщиками на покупку оборудования для II этапа.

4. Создание подразделения в ООО «Волокно», занимающегося производством перевязочных материалов с последующим выделением его из состава ООО «Волокно» и созданием предприятия с проектным названием ООО «Перевязка».

5. Отработка технологии.

6. Вывод завода на проектную мощность.

7. Покрытие задолженности по кредиту.

8. Разработка стратегии дальнейшего развития.

Место реализации проекта было выбрано не случайно. Новосибирская область обладает благоприятным инвестиционным климатом для

организации льноперерабатывающих предприятий. На I этапе реализации проекта благодаря Закону о государственной поддержке сельскохозяйственного производства в Новосибирской области возможна серьезная экономия собственных средств за счет субсидирования приобретения сельскохозяйственной техники, элитных семян, производства волокна и погашения процентов по кредитам. На II этапе проекта экономия собственных средств будет связана с Законом о государственном регулировании инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений на территории Новосибирской области.

В настоящее время данный проект находится на стадии согласования и готовится к выходу на конкурс проекта при губернаторе Новосибирской области, его дальнейшая судьба будет зависеть от эффективности взаимодействия ООО «ЛенОм» и органов государственной власти Новосибирской области.

Второй проект предполагает создание завода по производству перевязочных материалов в Республике Беларусь, проект находится

в стадии разработки и будет схож с проектом Новосибирской области, за исключением того, что начнется со II этапа. В 2012 г. был подписан **Меморандум о намерениях** по сотрудничеству в области разработки и внедрения передовых техники и технологий в льняных отраслях Республики Беларусь и сибирских регионов Российской Федерации.

Производство нетканой продукции из котонизированного льноволокна – это первый шаг для получения в Омской области новых эффективных материалов с ценными лечебными свойствами на основе сравнительно недорогого, ежегодно воспроизводимого и пока в должной мере не востребованного отечественного сырья – короткого льняного волокна. В дальнейшем на базе уже существующего холдинга ООО «ЛенОм» будут созданы производства биологически активных перевязочных материалов с антимикробным эффектом и различных косметических средств, что значительно повысит экономическую привлекательность льноперерабатывающей подотрасли.

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

COST MANAGEMENT FOR A COMPANY

И.В. Руденко

I.V. Rudenko

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматривается содержание управления затратами на основе функционального подхода. Основное внимание уделено планированию и контролю затрат. Рассмотрены основные виды бюджетов затрат, подходы к планированию постоянных затрат в процессе калькулирования продукции; рассмотрены основы бюджетного контроля.

The article considers the maintenance of management by expenses based on a functional approach. The author pays particular attention to planning and control of costs, the budgets of costs, approaches to planning of constant expenses in the calculation of production. The author considers the basis of budgetary control.

Ключевые слова: затраты, планирование, постоянные и переменные расходы, калькуляция, бюджетный контроль.

Key words: expenses (costs), planning, constants and variable expenses, accounting, budgetary control.

В процессе управления предприятием в современных условиях менеджеры уделяют большое внимание всем аспектам управления затратами, так как получение финансового результата зависит в том числе от эффективной работы в этой области. Однако чаще всего основной целью управления затратами является их анализ и снижение. Управление затратами позволяет не только выявлять резервы для снижения затрат до рационального уровня и возможности повышения результативности использования ресурсов, но и повысить эффективность деятельности, позволяет обнаруживать узкие места в финансовой системе предприятия

Затраты – это стоимость всех ресурсов, использованных в процессе производственно-хозяйственной деятельности предприятия. На практике как правило используют следующие основные классификации затрат: по экономическим элементам и по отношению к уровню деловой активности – переменные и постоянные; по статьям расходов с учетом отраслевой специфики предприятия; по отношению к технологическому процессу – основные и накладные; по отношению к готовому продукту – затраты на незавершенный продукт и на готовый продукт.

В практической деятельности по управлению затратами необходимо первоначально провести вероятностный анализ затрат, т. е.

классифицировать затраты на переменные, зависящие от изменения объемов производства (сырье, материалы, топливо и энергия производственного назначения, сдельная заработная плата основных работников), и постоянные, не зависящие от изменения объемов производства (материалы, топливо и энергия общепроизводственного назначения, амортизация зданий, сооружений и оборудования, заработная плата повременная основных работников, коммерческие расходы и пр.), т. е. выделить элементы затрат, так как именно на этой классификации основываются действия по прогнозированию финансового результата, и в том числе затрат предприятия. Для обоснования выработки ценовой и ассортиментной политики, как правило, применяют деление затрат на прямые и косвенные с последующим расчетом промежуточной маржи как результата от реализации, полученного после вычитания из выручки прямых переменных и прямых постоянных затрат.

Управление затратами является важной составляющей системы управления предприятием и предполагает выполнение всех функций, присущих управлению любым объектом, т. е. включает планирование затрат, учет и анализ, мотивацию и контроль затрат.

Планирование затрат (расходов) наиболее трудоемкий процесс на каждом предприятии. Он включает в себя планирование затрат на

единицу продукции, планирование затрат по элементам и по статьям. Учет и анализ затрат необходим для подготовки плановых решений на следующий период; для осуществления оценки эффективности использования всех ресурсов предприятия, выявления резервов снижения затрат. Мотивация в процессе управления затратами подразумевает проведение мероприятий по воздействию на участников производства, побуждающих к соблюдению установленных планом величин затрат и к изысканию возможности их снижения. План-факт контроль в процессе управления затратами позволяет выявить причины отклонений, обеспечивая тем самым обратную связь. В качестве средства для контроля план затрат может быть очень эффективен как инструмент, позволяющий задавать

пределы ответственности и полномочий нижестоящих менеджеров и анализировать эффективность работы и качества планирования (например, на основе анализа отклонений).

Задачами управления затратами в практике хозяйствования являются: обоснование затрат организации по всем направлениям деятельности (затраты на персонал, затраты на материалы, затраты на содержание оборудования, на продвижение продукции, на услуги вспомогательной деятельности и пр.), определение экономических последствий при возможных отклонениях от намеченного плана и принятие эффективных управленческих решений.

Самым сложным процессом в управлении затратами, и в том числе планировании затрат, является составление калькуляции (таблица 1).

Таблица 1

Плановая калькуляция на месяц

Статьи калькуляции	План			Факт			откл
	норма расхода	цена	сумма	норма расхода	цена	сумма	
Сырье всего, в т. ч.							
– давальческое							
–							
–							
Материалы всего, в т. ч.							
–							
–							
–							
Топливо всего, в т. ч.							
–							
–							
–							
Электроэнергия							
ФОТ							
Общепроизводственные расходы							
Услуги вспомогательного производства							
Общехозяйственные расходы							
Прочие							
Итого							

Рассмотрим основные подходы к калькулированию продукции. Составлением калькуляции занимаются экономисты основной деятельности. При планировании затрат на единицу продукции, необходимо разделять затраты на нормируемые и ненормируемые. Нормируемые затраты рассчитываются умножением нормы расходов на цену. Нормы расходов предоставляются соответствующими службами: нормы расходов сырья и материалов – службами технологов, нормы по топливу и энергии – службами энергетиков. Цены, включаемые в калькуляцию, берутся из закупочных бюджетов. Давальческое сырье – то, которое предоставляет в кредит заказчик для изготовления продукции для него. При планировании ненор-

мируемых затрат следует учитывать два основных подхода (см. таблицу 2).

Если условия производства соответствуют типу машиностроительного комплекса, то при распределении затрат на единицу продукции используется система коэффициентов. Расчет коэффициентов основывается на плановом показателе суммы затрат по заработной плате основных работников на единицу продукции (выработка умноженная на расценку). Например, для расчета плановых затрат по статье «общехозяйственные расходы» необходимо сумму заработной платы основных работников на единицу продукции умножить на коэффициент общехозяйственных расходов. В свою очередь, коэффициент общехозяйственных рас-

ходов рассчитывается делением суммы общехозяйственных расходов в целом по предприятию на сумму заработной платы основных работников также в целом по предприятию. Та-

кие коэффициенты утверждаются плановой службой и используются при планировании затрат на единицу как в плане, так и в факте.

Таблица 2

Подходы к планированию ненормируемых расходов

<i>Коэффициентный метод</i>	<i>Базовый метод</i>
Тип «машиностроительный комплекс»	Тип «не машиностроительный комплекс»
Отраслевые особенности производственного процесса	Отраслевые особенности производственного процесса
Ассортиментный ряд и объемы производства значительно изменяется в плановом периоде	Ассортиментный ряд и объем производства незначительно изменяются в плановом периоде
Сдельная заработная плата основных работников	Повременная заработная плата основных работников
Как правило, сменное производство	Как правило, непрерывное производство

Если условия производства приближены к типу «не машиностроительный комплекс», тогда ненормируемые затраты распределяются пропорционально базе. В качестве базы может применяться объем производства в натуральном выражении, заработная плата основных работников, предыдущая строка и т. д. Для того чтобы определиться с «базой», необходимо ознакомиться с отраслевой инструкцией по учету и планированию затрат. Таким образом, с помощью калькулирования продукции осуществляется планирование затрат на единицу продукции для подтверждения цены готовой продукции, расчет анализа отклонений факта от плана и выяснения причин отклонений. Результаты анализа позволят оптимизировать расходы предприятия в следующем периоде. Некоторые предприятия разрабатывают и утверждают нормативы себестоимости.

В планировании затрат рассчитываются сметы затрат, данные которых консолидируются в сметы затрат по элементам и статьям. Планируются следующие сметы затрат: смета цеховых затрат, смета прямых затрат вспомогательного производства, смета прямых затрат основного производства, смета затрат на энергоресурсы, смета на ремонт зданий и сооружений, смета затрат на ремонт оборудования и др.

Рассмотрим консолидированный план затрат по элементам. Планированием затрат по элементам занимается плановая служба предприятия. В приведенной ниже форме (таблица 3) представлена возможная консолидированная форма плана затрат по элементам, в которой увязываются затраты по направлениям деятельности (основное, вспомогательное, обслуживающее производство) и элементы затрат, тем самым здесь учитываются все расходы предприятия.

Таблица 3

Консолидированный план затрат по элементам на месяц

Элемент затрат	Основное производство					Доля	Вспомогательное производство					Доля
	1	2			n		1	2			n	
1. Переменные всего, в т.ч.												
сырье												
материалы												
топливо												
ФОТ(сдельная)												
отчисления												
2. Постоянные всего, в т.ч.												
ФОТ(повременная)												
отчисления												
коммерческие расходы												
амортизация												
материалы назначения												
топливо общепроизв. назн.												
общехозяйственные расходы												
прочие расходы												
Общий итог:												

Планирование затрат по элементам осуществляется параллельно с планированием затрат по статьям и калькулированием продукции. Наи-

более труднорешаемая проблема в управлении затратами – это расчет консолидированной формы плана затрат по статьям (см. таблицу 4).

Таблица 4

Консолидированный план затрат по статьям на месяц

Статьи затрат	А		В			С			Итого
	A ₁	A ₂	B ₁	B ₂	B ₃	C ₁	C ₂	C ₃	
Сырьё									
Материалы									
Топливо									
Энергия									
ФОТ с отчислениями									
Общепроизводственные расходы									
Итого стоимость производства									
Услуги вспомогательного производства									
Общехозяйственные расходы									
Общий итог									

Консолидированные формы при планировании затрат позволяют провести анализ затрат. Так, из свода затрат по элементам можно увидеть, сколько затрат всего необходимо для достижения поставленных целей предприятия на плановый период, какую долю занимают затраты, зависящие (переменные) и не зависящие (постоянные) от изменения объемов производства, какова доля в общих затратах подразделений основной деятельности, вспомогательной, обслуживающей и управления, какова доля каждого подразделения в отдельности. Сводная смета затрат по статьям позволяет увидеть долю каждой статьи затрат, долю каждой ассортиментной позиции в общем объеме затрат.

Данные из смет расходов, калькуляций, консолидированных форм затрат по элементам и статьям используются в дальнейшем в планировании операционных бюджетов затрат и финансовых бюджетах.

Таким образом, планирование затрат, являясь важным элементом системы управления затратами, должно носить комплексный характер и давать возможность определить, где, когда и в каких объемах будут расходоваться ресурсы предприятия, рассчитать необходимые финансовые ресурсы, обеспечить максимально высокий уровень отдачи от использования ресурсов.

Значимой составной частью управления затратами является контроль затрат. Бюджетный контроль затрат – анализ отклонений между бюджетными оценками (плановыми) и фактическими.

Предлагается, при проведении бюджетного контроля формировать дерево отклонений для того, чтобы понять, что расхождения, с ко-

торыми сталкиваются при план-факт анализе, – это отклонения по цене и объему (рис. 1).



В процессе отклонений выявляются благоприятные и неблагоприятные отклонения. Отклонения в процессе бюджетного контроля классифицируются на 2 группы: контролируемые – отклонения, находящиеся под контролем руководства, неконтролируемые – рыночные отклонения и др., которые не находятся под контролем компании. Также может использоваться метод «руководство по исключениям», он означает, что установлены диапазоны допустимых отклонений. Руководство устанавливает пределы отклонений. Выделяется нулевое (базовое) отклонение. Если отклонение вышло из-под установленного диапазона, то тогда выясняются причины отклонений, если нет, то отклонение остается без выяснения причин. Данный метод в настоящее время имеет большое распространение в хозяйственной практике.

Таким образом, применение системы управления затратами с учетом особенностей организации и комплексного подхода позволит достигнуть высокого экономического результата деятельности предприятия.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОДЕРЖАНИЯ САНАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

SANATION CONTENT DEFINITION FOR INDUSTRIAL BUSINESS ACTIVITY

Е.Ф. Диба

E.F. Diba

Экибастузский инженерно-технический институт им. К. Сатпаева, Республика Казахстан

В статье даётся оценка и систематизация цели, типов, политики и направлений санации, содержания санации техноструктуры, связи санации и реструктуризации; также проведена параллель между этапами жизненного цикла организации и выбором направлений санации.

The article evaluates and systematizes aims, types, policies and directions of sanation, the sanation contents of technostructure, explains the relations between sanation and restructuring; and also draw parallel between the stages of vital cycles of business and the choice of directions for sanation.

Ключевые слова: санация, кризис, несостоятельность, санация техноструктуры, санационные резервы, санационный контроллинг, реструктуризация.

Key words: sanation, crisis, insolvent, sanation technostructure, sanation reserves, sanation control, restructuring.

Любое предприятие представляет собой производственную систему. Как и большинство систем, производственная система состоит из управляемой подсистемы – объекта управления и управляющей подсистемы – субъекта управления, располагающего соответствующими механизмами управления. Деятельность производственной системы направлена на достижение определенных целей (целей управления). Санация производственной деятельности означает преодоление его производственной несостоятельности – состояния, при котором оно не обеспечивает для фирмы-владельца устойчивого получения минимального объема прибыли, позволяющего поддерживать неизменный физический объем мощностей. В широком смысле под санацией следует понимать систему мер, объектом которых является предприятие как обособленный комплекс факторов, используемый для осуществления предпринимательской деятельности и характеризующийся двумя моментами. Во-первых, организационно-технологической целостностью, во-вторых, устойчивой функцией по производству определенного продукта [1].

Для определения содержания санации производственной деятельности предприятия мы считаем, что необходимо дифференцировать фазы развития предприятия, отличающиеся содержанием, последствиями и необходимыми

мерами по устранению негативных предпринимательских реакций [2].

На практике это проявляется в том, что промышленная фирма, развиваясь, проходит различные этапы своей жизнедеятельности: рост, стабилизация, стагнация, перестройка, рост в новом качестве (см. рис. 1).

На этапе преобладания в организации одной из сил (когда равнодействующая не равна нулю) происходит разрушение системы, стагнация (3-й этап), переходящая в перестройку (4-й этап). Длительное нахождение организации в состоянии 4-го этапа при отсутствии ярко выраженных конструктивных сил может привести к ее полному разрушению (банкротству); 3-й, 4-й (и начальная часть 5-го) этапы жизненного цикла организации очерчивают ее кризисное состояние, управление в котором имеет специфические особенности.

На 3-м и 4-м этапах происходит перегруппировка внутренних и внешних сил хозяйственной организации, вследствие чего наступает переустройство организации на новом уровне качества.

Профессор Гарвардской школы бизнеса Л. Грейнер предложил модель, показывающую связь этапов жизненного цикла предприятия с типичными кризисными ситуациями. Эта модель является самой распространенной, ею мы воспользуемся для определения места

санации производственной деятельности на кривой жизненного цикла предприятия.

Согласно Грейнеру, в жизни организации существует пять последовательных эволюционных этапов развития, которые сменяются

вследствие происходящих в организации революций, вызванных соответствующими кризисами. Грейнер дает достаточно подробное описание каждой из эволюционных стадий (рис. 2) [3].

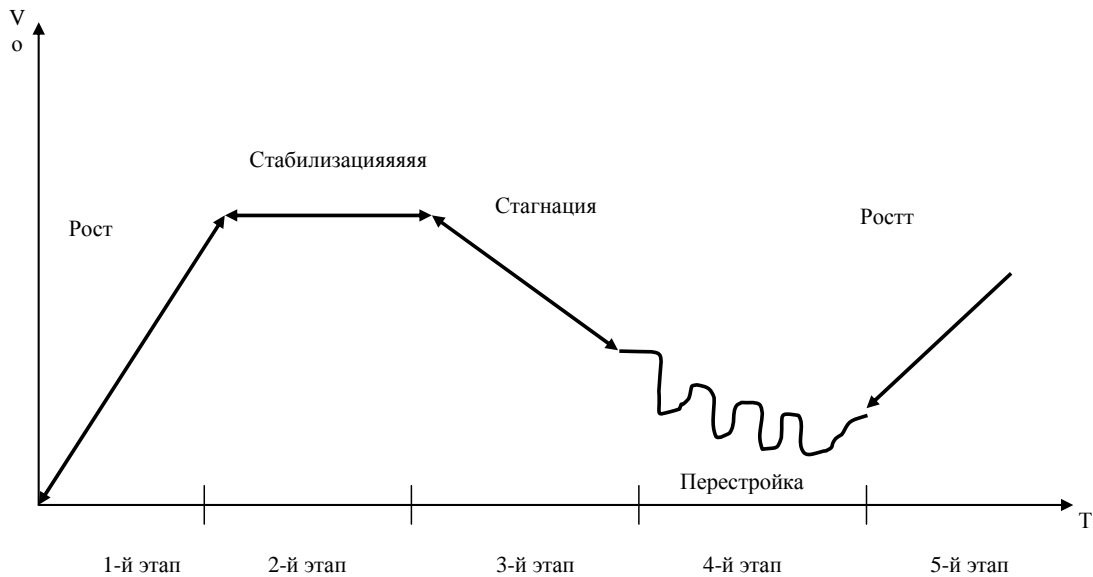


Рис. 1. Жизненный цикл промышленной фирмы (организации) (V – объем выпуска; T – время)

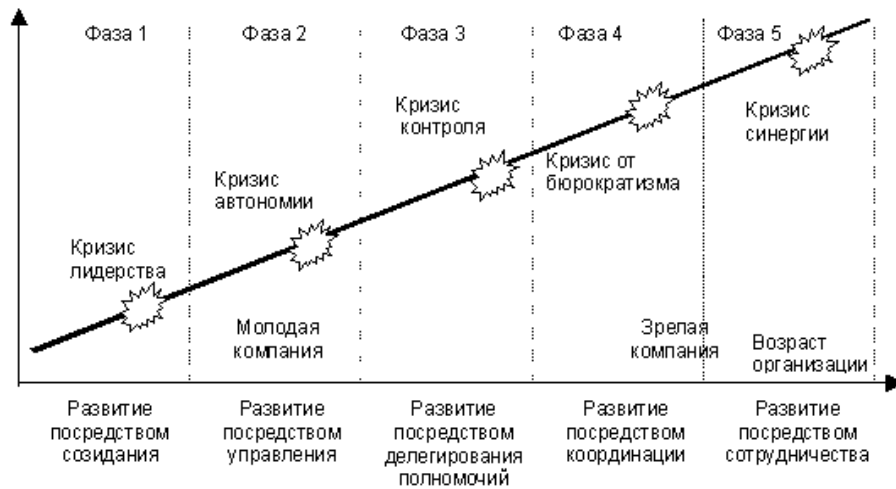


Рис. 2. Модель жизненного цикла организаций по Грейнеру

Стадия 1. Творческая фаза роста, когда основатели компании ориентированы на технологию либо предпринимательство и пренебрегают управленческой деятельностью.

Стадия 2. Направленный рост (директивное руководство). Вводится функциональная организационная структура в целях отделения производственной деятельности от маркетинговой, выполняемые работы становятся более специализированными. Решения, возложенные на функциональных специалистов, принимаются крайне медленно, а необходимость многочисленных согласований еще больше замед-

ляет этот процесс. Возникает кризис автономии, точнее, ее отсутствия. Новые направления постепенно «съедают» прибыль старых. Организация начинает терять потребителей: они постепенно уходят к конкурентам. Так как производственные мощности на данном этапе уже большие, процесс угасания занимает длительное время и выливается в постепенное растаскивание бизнеса. Но его могут значительно ускорить неудачные попытки диверсификации или реорганизации. Выход – в очередной перестройке системы управления, которая заключается в делегировании полномо-

чий первоначально менеджерам бизнес-единиц, затем менеджерам проектов и, наконец, менеджерам процессов.

Стадия 3. Рост через делегирование полномочий. Новый этап в развитии открывает очень серьезные возможности, вплоть до покупки готовых бизнес-единиц или строительства предприятий. Именно в этом причина следующего кризиса – кризиса контроля. Для успешного выхода из данного кризиса бизнес-единицы должны достичь синергии, т. е. начать получать реальные плюсы от совместной работы на рынке. Выход из кризиса – концентрация деятельности всех подразделений организации вокруг единых целевых групп потребителей; предоставление полного комплекса продуктов, работающих по взаимно дополняющему принципу.

Стадия 4. Рост организации через координацию. Децентрализованные подразделения сливаются в продуктовые группы (занимающиеся производством или распространением однородной группы продуктов). Вводятся и интенсивно совершенствуются формальные процедуры планирования. Нанимается и размещается в штаб-квартире многочисленный штабной персонал в целях введения в масштабах всей компании программ контроля и совершенствования работы линейных менеджеров. Инвестиционные расходы тщательно соизмеряются и распределяются по всей организации. Каждая продуктовая группа рассматривается как центр инвестиций, где доход на инвестированный капитал является важным критерием при размещении денежных средств. Определенные технические функции, такие как обработка данных, централизуются в штаб-квартире, в то время как принятие ежедневных операционных решений остается децентрализованным. Для стимулирования идентификации с фирмой как единым целым используются опционы по акциям и общеорганизационные программы участия в прибылях. Организации, успешно перешедшие на этап координации ресурсов, располагают уже такими огромными производственными мощностями, что им через некоторое время становится тесно в рамках сложившихся потребностей целевых групп потребителей. Однако система управления, включающая множественные согласования и проверки, начинает тормозить принятие и разработку инновационных продуктов. Возникает очередная кризисная ситуация – кризис границ. Кризис на данной стадии уже не может разрушить организацию, просто будет способствовать снижению темпов роста.

Все это объясняется тем, что компания имеет такие колоссальные ресурсы, что серьезно пошатнуть ее уже трудно.

Стадия 5. Рост организации через сотрудничество. Акцент делается на быстром решении проблем с помощью командных действий. Представители различных функциональных областей объединяются в проектные группы. Штатные специалисты штаб-квартиры сокращаются в численности, получают новые назначения и объединяются в междисциплинарные команды для того, чтобы консультировать локальные подразделения, а не руководить ими. В целях создания эффективных команд часто используется структура матричного типа. Прежние формальные системы упрощаются и объединяются в единые многоцелевые системы. По Грейнеру, на этом этапе скорее всего может возникнуть кризис психологической усталости или доверия.

Модель Грейнера хорошо иллюстрирует возможность возникновения кризиса в любой, даже успешно развивающейся компании. Кризисы являются неотъемлемым атрибутом развития и роста организации, поэтому ошибочно было бы полагать, будто бы с кризисами сталкиваются только плохо управляемые, слабые компании. Кризисные ситуации всегда возникали и будут возникать в мире экономики и бизнеса, будущее любой организации во многом зависит от того, сумеет ли она справиться с кризисом. Идентификация положения на кривой жизненного цикла (стадии) и типа кризиса обуславливает выбор направлений и методов преобразований, определение адекватного комплекса мер, который и есть санирование производственной деятельности.

Цель санации – исключительно сохранение предприятия в качестве самостоятельной производственно-технологической единицы и достижение устойчивости его деятельности в качестве основы финансовой устойчивости владеющего им предпринимателя. Она может достигаться за счёт изменения производственно-технологической функции предприятия либо организационно-экономической его формы (включая отношения собственности).

Будучи связанной с глубокими изменениями во внутренней организационно-технологической структуре предприятий и в форме их экономической организации, санация предполагает взаимодействие нескольких субъектов: предпринимателя – владельца предприятия; субъектов, которые сформировали собственные средства этого предпринимателя (реальных собственников); исполнительного органа

предпринимателя и высшего управленческого персонала предприятия. Оптимизация такого взаимодействия – ключевой момент санации, заключающийся в выработке эффективной схемы и механизма взаимоотношений указанных субъектов с точки зрения производственной функции предприятий. Подобная оптимизация, принимающая массовый характер и распространяющаяся на всю национальную экономику, требует внешнего упорядочивающего воздействия, обеспечивающего стабильность процесса, его единство и согласованность во всех звеньях, преемственность развития. В этом смысле стержнем политики массовой санации производственной деятельности становится осуществление стратегии формирования микроэкономических предпосылок гибкой и рациональной структуры индивидуального производства.

В микроэкономическом плане политика санации производственной деятельности сводится к созданию благоприятной среды для осуществления глубокой внутренней перестройки производственных подсистем. По нашему мнению, в процессе санации производственной деятельности должны быть отрегулированы различные элементы предпринимательской среды, прежде всего организационно-экономические отношения и организационно-технические процессы. В этом отношении регулирование санации производственной деятельности имеет два объекта: санацию предпринимателя и санацию техноструктуры предприятия. При этом необходимо обеспечить приоритетность задач технического развития при различных предпринимательских реакциях [4].

Санация предпринимателя связана с изменением схемы, состава и качества его экономической власти над предприятием, которое возможно по четырём направлениям.

Во-первых, путём изменения схемы реализации правомочий владения и распоряжения со стороны реального собственника. Этот путь предполагает сохранение предпринимателя и самого собственника в неизменном виде, но изменение организационных структур предпринимателя и механизмов их взаимодействия в процессе принятия, контроля и исполнения решений, влияющих на форму и результаты предпринимательской деятельности.

Во-вторых, изменение структуры реального собственника без ликвидации предпринимателя. Это направление предполагает сохранение в неизменном виде прежнего состава реального собственника при перераспределении прав между составляющими его лицами. Это наиболее эффективный и организационно

простой путь, хотя его реализация связана с состоянием вторичного рынка капитала, который может оказаться неудовлетворительным.

В-третьих, посредством реорганизации предпринимателя в любую из возможных форм. Данное направление связано с изменениями состава реального собственника.

В-четвёртых, путём ликвидации предпринимателя.

Санация техноструктуры предприятия связана с комплексной перестройкой важнейших сторон его производственной деятельности на основе приспособления технико-технологического и организационно-управленческого потенциала к складывающейся рыночной конъюнктуре. Эта форма санации имеет пять направлений.

- изменение профиля предприятия;
- изменение активов предприятия (их величины, физической структуры и качественного состава);
- изменение технологического способа производства;
- изменение организационной схемы производства;
- смену менеджмента.

Выбор направлений санации техноструктуры предприятия и методов её осуществления не зависит непосредственно от формы собственности и организационно-правовой формы предпринимателя. Он осуществляется исходя из экономической целесообразности и эффективности экономики предприятия. Выбор же направлений санации предпринимателя прямо зависит от формы собственности и связан с оптимальным превращением производственно-технических возможностей предприятия в экономические возможности его пользователей. Соответственно в отношении техноструктуры предприятия регулирующее воздействие направляющего органа призвано создать условия высокой производительности факторов производства в отношении предпринимателя – условия высокой и устойчивой экономической прибыли.

Тип санации предприятия может устанавливаться на основании оценки следующих параметров:

- состояния неплатёжеспособности предпринимателя, её зависимости от неустойчивости и неэффективности работы предприятия;
- причин несостоятельности предприятия и его гибкости;
- способности и эффективности воздействия собственника на предпринимателя и через него – на предприятие.

Оценка степени тяжести неплатёжеспособности предпринимателя и её зависимости от производственно-экономического положения предприятия является основанием для определения необходимости и отбора мер по реструктуризации предпринимателя. При прочих равных условиях, чем тяжелее состояние и чем меньше его зависимость от производственно-технической состоятельности предприятия, тем настоятельнее и глубже должна быть санация производственной деятельности предпринимателя. Реструктурирование реального собственника включается в систему санационных процедур в случае, если изменение сложившейся системы принятия и исполнения решений не в состоянии решить проблему, а главной причиной неэффективности управления предприятием является несостоятельность реального собственника, слабая активность и неопределённость его хозяйственных стимулов. Реструктурирование может осуществляться в «мягкой» форме (перераспределение прав между составляющими его лицами и их концентрацию) или в «жесткой» форме (частичная или полная смена состава реального собственника. Ориентация на ту или иную форму зависит от возможности путём перераспределения собственности обеспечить минимальный уровень их концентрации, достаточный для создания сильных индивидуальных стимулов и превращения этих стимулов в определяющий фактор для действий исполнительного органа предпринимателя.

Наличие потенциально сильного реального собственника предполагает отказ от его реструктурирования и сосредоточение усилий на изменении системы принятия и исполнения решений, неспособной по каким-либо причинам превратить его интерес в адекватные действия исполнительного органа. Изменение системы принятия и исполнения решений в случае, когда неэффективность управления предприятием вызвана собственными недостатками этой системы, не требует параллельного реструктурирования реального собственника.

Однако со своей стороны реструктурирование собственника, как правило, предполагает одновременное изменение механизма принятия и исполнения решений. Это обусловлено двумя основными причинами. Во-первых, обычно неудовлетворительное оперативное управление предприятием обусловлено одновременно и несостоятельностью реального собственника, и недостатками сложившейся системы управления. Во-вторых, качественное изменение состояния собственника в результате его

реструктуризации требует приведения сложившихся на предприятии структур управления в соответствие с особенностями нового состояния. Сочетание реструктурирования реального собственника, изменения системы принятия и исполнения решений может быть определено как перекрёстная санация предпринимателя.

Меры по санации технотехнологической структуры предприятия могут включать любые действия административно-правового, технико-технологического, организационно-управленческого, финансового и экономического планирования, способствующие оздоровлению производственной функции предприятия и улучшению за счёт этого баланса доходов и расходов предпринимателя. Формализация процедуры отбора возможных санационных мер этого вида может базироваться на их систематизации по признаку соответствия конкретной причине несостоятельности предприятия [5]. При этом причины производственной несостоятельности следует подразделять на два вида: внешние (форс-мажор, изменение экономической политики правительства и местных норм, изменение объёма и структуры спроса, удорожание и снижение качества ресурсов, дезорганизация сферы товарного и денежного обращения, замедляющая оборачиваемость активов) и внутренние (недостаток оборотного капитала, низкая ликвидность оборотного капитала, моральный и физический износ основного капитала, устаревшая технология, негибкость производственных мощностей, неоптимальность структуры производственного процесса, недобросовестный либо неквалифицированный менеджмент.

Важным компонентом санационного процесса является координация и контроль за качеством реализации запланированных задач. Внутренние контрольные органы должны своевременно выявлять новые санационные резервы, а также подготавливать объективные квалифицированные решения относительно ликвидации возможных препятствий при проведении оздоровительных процедур. Существенную помощь при этом может оказать оперативный санационный контролинг, который синтезирует в себе информационную, координационную и контрольную функции. Основной задачей санационного контролинга является идентификация оперативных результатов и подготовка проектов решений относительно использования выявленных резервов и преодоления дополнительных трудностей.

Использование внутренних финансовых резервов и инструментов стабилизации позво-

ляет не только существенно снизить угрозу банкротства, но и в значительной мере снижает потребность в привлечении капитала из внешних источников. Во-первых, в связи с тем, что осуществление капитальных вложений является составной частью процесса финансового оздоровления предприятия, внутренние источники санации совпадают с внутренними источниками финансирования капитальных вложений: прибыль от реализации основной продукции, фондов, нематериальных активов и материальных ценностей, поступления от сдачи имущества в аренду, других внереализационных операций, а также амортизационные отчисления. Во-вторых, использование внутренних финансовых резервов является необходимым условием привлечения внешнего капитала. Восстановление платежеспособности предприятия может осуществляться с помощью уменьшения внешних и внутренних финансовых обязательств, с одной стороны, и увеличение ликвидных активов, – с другой.

Выбор мер по проведению санации производственной деятельности предприятия следует осуществлять с учётом основных причин его производственно-технической несостоятельности и оценки гибкости факторов преодоления несостоятельности.

На практике достаточно часто с санацией идентифицируется понятие «реструктуризации». Реструктуризация субъекта хозяйствования – это проведение организационно-экономических мероприятий, направленных на изменение его структуры, системы управления, форм собственности, организационно-правовых форм, которые способны восстановить прибыльность, конкурентоспособность и эффективность производства.

Можно утверждать, что «санация» является более широким понятием, чем «реструктуризация». Реструктуризацию целесообразно начинать на ранних стадиях кризиса. Она направлена преимущественно на преодоление причин стратегического кризиса и кризиса прибыльности. А санация включает в себя как реструктуризацию (мероприятия по восстановлению прибыльности и конкурентоспособности), так и мероприятия финансового характера (направленные на восстановление ликвидности и платежеспособности).

Производственно-экономическому аспекту санационного механизма уделяется несравненно меньше внимания, хотя именно он способен составить методологическую основу функционально-отраслевого подхода к назван-

ной проблеме. В основе производственно-экономического санационного механизма, на наш взгляд, должны находиться процессные инновации, направленные на совершенствование организационных и производственных технологий и оборудования. Процессные инновации по совершенствованию технологий и экономии переменных операционных издержек требуют, как правило, сравнительно более значительных капиталовложений. Однако они дают и более серьезный эффект, который к тому же имеет долгосрочный характер, и сохраняется даже при переключении предприятия на иную продукцию. Для внедрения мелких дискретных нововведений менеджер должен воспользоваться принципом пофазного контроля производственного процесса. Достаточное количество мелких изменений процесса может дать заметный эффект в целом. Чем меньше предлагаемое усовершенствование, тем легче им управлять и тем меньше потенциальных рисков. Большинство предложений по упрощению работ должно поступать от рабочих и служащих, инициативу которых следует поощрять различными способами мотивации.

Производственно-технические санационные мероприятия связаны прежде всего с модернизацией и обновлением производственных фондов, с уменьшением простоев и повышением ритмичности производства, сокращением технологического времени, улучшением качества продукции и снижением себестоимости, усовершенствованием ассортимента выпускаемой продукции, поиском и мобилизацией санационных резервов в сфере производства.

1. Государственное регулирование в стратегии устойчивого развития экономики России / сост. и науч. ред. А. И. Муравьев, С. А. Дятлов. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1996; *Грошев В. А.* Санация производства и государственное регулирование. – С. 99–111.

2. *Simbo A. K.* Catastrophe planning and crisis management // Risk Management. – 1993. – 40 (2). – P. 64–66.

3. *Грейнер Л.* Эволюция и революция в процессе роста организаций // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8 «Менеджмент». – 2003. – Вып. 4. – С. 76–92.

4. *Круглова Н. Ю.* Антикризисное управление : учеб. пособие. – М. : КНОРУС, 2009. – С. 167–169.

5. *Васильев А.* Банкротство и несостоятельность: соотношение понятий // Право и жизнь. – 2000. – № 29. – С. 22.

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ АССОРТИМЕНТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОЙ ШВЕЙНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СТРУКТУРЫ

THE DEVELOPMENT OF ASSORTMENT ACTIVITY METHOD FOR SMALL SEWING BUSINESS STRUCTURE

Е.Н. Карсюк

E.N. Karsuk

Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (СибАДИ), г. Омск

В статье предлагается комплекс инструментов для ассортиментной деятельности малой швейной предпринимательской структуры. Разработана методика ассортиментной деятельности, сочетающая ресурсный и маркетинговый подходы. Предложены дополняющие её инструменты: шаблон дерева целей швейного предприятия, способ оценки качества швейных изделий, а также алгоритм анализа товарного ассортимента.

The author proposes a set of tools for small sewing business structure's assortment activity, the method of assortment activities combining the resource and marketing approaches. Also the author offers the available instrument: the tree of goals of sewing business, the way to assess the quality of sewing products and algorithm for the product range analysis.

Ключевые слова: товарный ассортимент, ассортиментная деятельность, малая предпринимательская структура, швейное предприятие.

Key words: product range, assortment activity, small business structure, sewing company.

Объектом исследования автора являются малые швейные предпринимательские структуры. Предметом исследования – ассортиментная деятельность предприятия. Задача создания универсальной методики ассортиментной деятельности, по нашему мнению, не имеет решения, так как предпринимательские структуры в своём многообразии зачастую несопоставимы. Поэтому в данном случае речь может идти о разработке методики ассортиментной деятельности малого швейного предприятия с возможностью её усовершенствования или изменения. Инструментарий разрабатывается на основании изученных теоретических положений по указанной теме. Методика предназначена для малых предприятий, действующих в динамичной внешней среде, принятие основных решений в которых возлагается на одного-двух человек. Поэтому она должна быть достаточно простой, не перегруженной большим количеством анализируемых факторов внешней и внутренней среды предприятия, критериев и показателей.

Ассортиментная деятельность является элементом деятельности предприятия в целом и должна быть подчинена общим целям фирмы. При постановке цели предприятия оптималь-

ным будет формировать дерево целей на основе сбалансированной системы показателей как признанной многими специалистами методики [1]. В этом подходе цели предприятия подразделяются на направления: финансы, клиенты, бизнес-процессы, рост и обучение.

Направление «финансы» может включать такие показатели, как рост чистой и маржинальной прибыли предприятия. Рост прибыли создает финансовую базу для самофинансирования, технического переоснащения производства, решения проблем социальных и материальных потребностей трудового коллектива. Поэтому в условиях рынка ориентация хозяйствующих субъектов на получение прибыли является непременным условием успешной предпринимательской деятельности.

Направление «клиенты» подразумевает такие стратегические цели, как сохранение постоянных клиентов, рост числа новых клиентов, в том числе по сравнению с конкурентами. Также в этом направлении предлагается использовать «предложение товаров хорошего качества и по приемлемой для потребителя цене». Этот момент следует раскрыть подробнее.

Качество изделий непосредственно определяет ассортимент швейного предприятия, по

скольку на этот показатель влияют уровень технологии, оборудования и квалификации персонала фирмы. Качество товара должно соответствовать требованиям потребителей того сегмента рынка, на который ориентируется швейное предприятие в своей деятельности. основополагающий документ в части качества изделий швейной индустрии – ГОСТ 4.45-86 «Система показателей качества продукции. Изделия швейные бытового назначения. Номенклатура показателей» [2]. Но ещё в работе Е.Б. Кобляковой отмечено, что наиболее полную классификацию показателей качества швейной продукции разработал Московский технологический институт лёгкой промышленности (в настоящее время – Московский государственный университет дизайна и технологии), включающую в общей сложности 102 показателя. В этой классификации на верхнем уровне они разделены на потребительские и технико-экономические [3]. Такая группировка показателей соответствует проблеме выбора подходов в предпринимательстве и ассортиментной деятельности. Однако количество показателей качества более 100 представляется избыточным для малого предприятия.

Автором было организовано анкетирование потребителей швейных изделий, выборка составила 130 человек. Исследование показало, что с точки зрения потребителей ряд показателей и единиц измерения ГОСТа не воспринимаются ими как необходимые и понятные. Так, потребитель не может оценить прочность соединения деталей в даН/см или воздухопроницаемость в $\text{дм}^3/(\text{с}\times\text{м}^2)$. Потребителям проще выразить своё восприятие качества изделия в баллах. Но для производителя, с точки зрения соблюдения технологии, правильнее использовать указанные выше показатели и единицы измерения. Однако более детальный анализ показал, что нельзя отбрасывать критерии, которые кажутся потребителям неясными. Например, показатель суммарного теплового сопротивления пакета одежды потребителями не воспринимается. Однако если швейное предприятие не будет использовать этот показатель качества, то в итоге это приведёт к снижению комфортности изделия – одного из основных требований потребителей.

Следовательно, возникает компромиссное решение принять перечень и механизм применения показателей качества изделий для малого швейного предприятия с учётом концепции предпринимательства. Малое швейное предприятие:

1) при изготовлении продукции использует перечень показателей качества, приведённых в ГОСТ 4.45-86;

2) при анализе удовлетворённости потребителей качеством изделий – адаптированный перечень показателей качества и их единиц измерения (п. 2.1а в дереве целей малого швейного предприятия, в статье не приводится из-за ограниченного объёма публикации).

Итак, мы рассмотрели критерии качества изделий в дереве целей швейного предприятия по направлению «клиенты». Также в этом направлении предлагается оценивать приемлемость цены товаров с помощью следующих параметров:

1) соотношение цен изделий данного предприятия и аналогичного товара конкурентов;

2) экономичность затрат на уход за изделием в процессе эксплуатации.

Следующая цель – сохранение постоянных клиентов, так как 20 % постоянных клиентов предпринимательской структуры приносят ей 80 % прибыли. Однако рост числа новых клиентов является дополнительным фактором роста фирмы. Также для развития предприятия важен рост доли рынка. А. Вараксина отмечает: на большинстве рынков доля в 10–15 % говорит о том, что оборот компании формируется за счет цены, качества и дистрибуции [4]. Чтобы увеличить долю рынка в этом случае, необходимо усилить факторы бренда, формируя целенаправленный выбор. При доле рынка в 25–30 % необходимо проанализировать, за счет чего удалось достичь этого показателя, какие группы потребителей обеспечивают такую долю, можно ли увеличивать долю рынка за счет этих показателей или для этого требуется экспансия на другие рынки. Доля от 60 % и выше оценивается как монополия. Задача фирмы-монополии заключается в удержании лидерства. Однако каждый последующий процент завоеванной доли достается возрастающими производственными и маркетинговыми издержками.

Направление «бизнес-процессы» предлагается формировать из целей, обеспечивающих наилучшие условия поставки материалов и фурнитуры поставщиками, повышение эффективности технологических процессов и оптимизации издержек производства. Алгоритм анализа и выбора поставщиков по выбранным критериям разработан и представлен автором данной статьи ниже. Повышение эффективности технологических процессов предполагает анализ стандартных для швейного предприятия технико-экономических показателей швейного потока. А именно: выпуск (ед./см), затраты времени на изделие (с.), такт потока (с.), количество рабочих (чел.), средний разряд работы, коэффициент механизации, средний раз-

ряд рабочих, незавершённое производство (шт.), производственный цикл (ч.).

Издержки производства предлагается оценивать с помощью показательной маржинальной рентабельности, как отношение маржинальной прибыли к прямым затратам. Этот показатель позволяет сравнить различные виды продукции по выгодности производства.

Некоторые положения в части целей швейного предприятия и характеризующих их показателей могут представляться спорными. В основном, это касается экономических показателей, на основании чего предложены именно эти критерии, а не иные. Хотелось бы отметить, что предложенная система показателей малой швейной предпринимательской структуры не является целью разработки автора. Этап целеполагания необходим для того, чтобы найти роль и место ассортиментной деятельности в деятельности фирмы в целом. Исходя из сформированного контура, можно попытаться решить поставленный вопрос.

Так, финансовые цели предпринимательской структуры становятся целями ассортиментной деятельности. Это отличает предпринимательскую структуру от иных структур, не

предназначенных для получения прибыли. Направление «клиенты» выступают задачами ассортиментной деятельности для достижения поставленной цели. Направления «бизнес-процессы» и «рост и обучения» – механизмом реализации указанных задач. Поскольку указанными направлениями на предприятии занимаются различные подразделения (отделы маркетинга, снабжения, производственный отдел), то становится очевидным, что ассортиментная деятельность на верхнем, стратегическом уровне представляет собой своего рода философию, или концепцию, объединяющую деятельность различных подразделений.

Далее представлена разработанная автором методика ассортиментной деятельности малого швейного предприятия. Методика представляет собой последовательность этапов планирования и анализа на стратегическом и тактическом уровнях принятия решений.

На стратегическом уровне предлагается осуществлять этап планирования ассортиментной деятельности (рис. 1). Он начинается с разработки дерева целей предприятия и нахождения места ассортиментной деятельности в достижении этих целей.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ

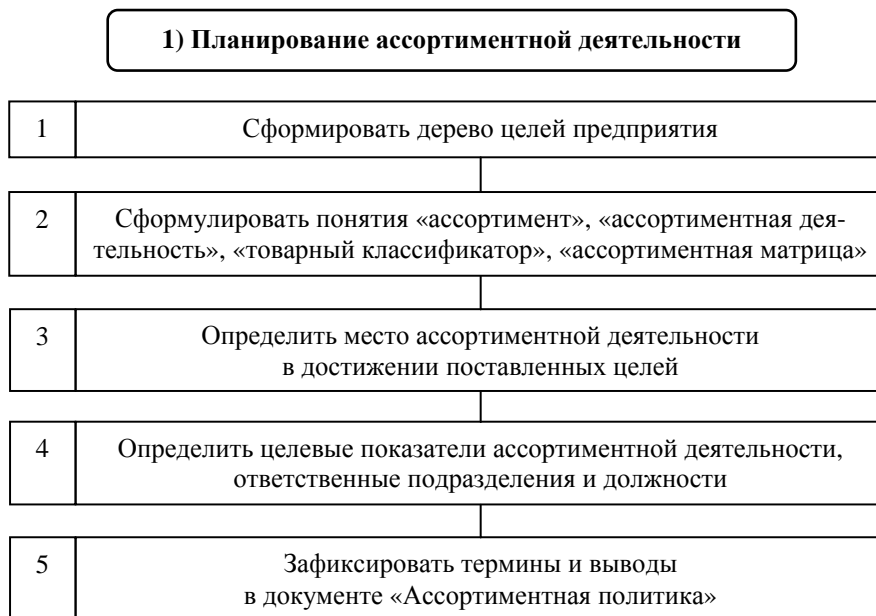


Рис. 1. Стратегический уровень ассортиментной деятельности

Этот элемент методики относится к стратегическому уровню, так как на данном этапе закладываются основные понятия ассортиментной деятельности, её роль и место в деятельности фирмы – вопросы, которые пересматриваются раз в несколько лет. Выводы, сформулированные на этапе планирования, должны

быть зафиксированы в документе «Ассортиментная политика».

Далее автор предлагает осуществлять анализ и планирование ассортиментной деятельности на тактическом уровне. Первый этап – составление товарного классификатора и ассортиментной матрицы. Здесь необходимо рас-

пределить роли товарных позиций в товарных группах, что позволит формировать ценовую политику для каждой из категорий товаров. Например, для товаров, обеспечивающих наибольшую выручку, рекомендуется минимальная наценка [5]. Но прежде автор предлагает осуществить анализ ассортимента с точки зрения маркетингового подхода. Ресурсный подход позволяет анализировать внутренний потенциал предприятия.

Анализ ассортимента и потенциала предприятия непосредственно связан с этапом планирования. В результате формируются два альтернативных товарных портфеля швейной предпринимательской структуры. Этот момент необходим, так как принятие управленческого решения есть выбор между альтернативными вариантами. Здесь товарный портфель, сформированный на базе маркетингового подхода, выступает основой, на которую накладываются ограничения в виде внутренних факторов швейного предприятия и факторов прямого воздействия: производственных мощностей, квалификации производственного персонала, надёжности поставщиков и т. п. В результате планирования формируются и уточняются более детальные плановые показатели ассортиментной деятельности, чем те, которые отражены в дереве целей предприятия.

В методике не раскрываются финансовые вопросы по той причине, что они сопровождаются материальными потоками, и при анализе ассортимента и ассортиментной деятельности финансовые показатели также будут охвачены. Также методика не затрагивает оперативный уровень, поскольку он связан с непосредственным выполнением планов тактического и стратегического уровня планирования.

Ниже перечислены достоинства разработанной методики.

1. Методика основывается на дереве целей предприятия, что обеспечивает её логичное встраивание в деятельность фирмы.

2. В методике проведено распределение этапов ассортиментной деятельности по стратегическому и тактическому уровням.

3. В разработанной инструментальной методике найден компромиссный вариант при использовании ресурсного и маркетингового подходов в ассортиментной деятельности.

4. В методике акцент сделан на последовательности этапов, которые нужно осуществить, а набор инструментальной методологии (ABC-анализ, матрица Ансоффа, маржинальный анализ и др.) остаётся за выбором конкретного предприятия. Это обеспечивает гибкость предложенной методики.

5. Простота методики делает её доступной для использования малыми предпринимательскими структурами.

В качестве составной части методики автор предлагает алгоритм анализа поставщиков. Здесь следует пояснить, что укрупненно процесс изготовления продукции на предприятии можно представить в виде последовательности «поставки – производство – сбыт». Если представить производство в виде «черного ящика», то поставки сырья, материалов, оборудования, энергии, трудовых ресурсов и т. д. являются «входом» в этот «черный ящик». Особенность швейного производства состоит в большей материалоёмкости, поэтому поставки материалов и их качество имеют в данном случае большое значение. «Выходом» модели является товарный ассортимент, реализация которого формирует выручку предприятия. На основании этой модели можно предложить алгоритм анализа товарного ассортимента швейного предприятия.

При осуществлении анализа сбыта ассортиментных позиций и поставщиков необходимо наличие ряда данных за период. Для упрощения в таблице 1 приведён пример оценки выручки предприятия и поставщиков за I квартал по трём товарам.

Таблица 1

Анализ поставки/сбыт (таблица Excel, лист 1)

	А	В	С	Д	Е
1	Товар	Выручка за I квартал, руб.	Доля в выручке, %	Оценка поставщиков за I кв., баллы	Доля в общей оценке поставщиков, %
2	ИТОГО	=СУММ (B3:B100)	100	=СУММ (D3:D100)	100
3	Товар 1		=B3*100/\$B\$2	=Лист2!G3	=D3*100/\$D\$2
4	Товар 2		=B4*100/\$B\$2	=Лист2!G10	=D4*100/\$D\$2
5	Товар 3		=B5*100/\$B\$2	=Лист2!G17	=D5*100/\$D\$2

Здесь предлагается использовать взаимосвязь с ролью ассортиментной позиции или ассортиментной группы. Если ассортиментная позиция (группа) играет роль «прибыльного товара», то в этом случае логично оценивать прибыль, получаемую от реализации данной ассортиментной позиции (группы). В случае, когда ассортиментной группе отводится роль привлечения покупателей, то здесь можно предложить анализировать выручку и т. п. Таким образом, «шапка» представленной таблицы может иметь другой вид в части оцениваемого параметра.

Использование Excel или другого программного обеспечения с аналогичными функциями позволяет автоматизировать процесс расчета. В Excel-таблице нужно заполнить ячей-

ки, выделенные рамкой, после чего произойдет расчет в ячейках, содержащих формулы.

После того как будет выбран параметр оценки, в нашем примере предлагается заполнить ячейки А3–А5 листа 1, указать наименование ассортиментной позиции. Следует отметить, что вариативность применения предложенного инструментария присутствует и на данном этапе. Так, оцениваться может не конкретная ассортиментная позиция, а, например, ассортиментный ряд. Напротив ассортиментных позиций вводится их значения в денежном выражении (ячейки В3–В5 листа 1).

Алгоритм ввода данных в лист 1 графически описан с помощью ГОСТ 19.701-90 «Единая система программной документации» [6]. Фрагмент алгоритма представлен на рис. 2.

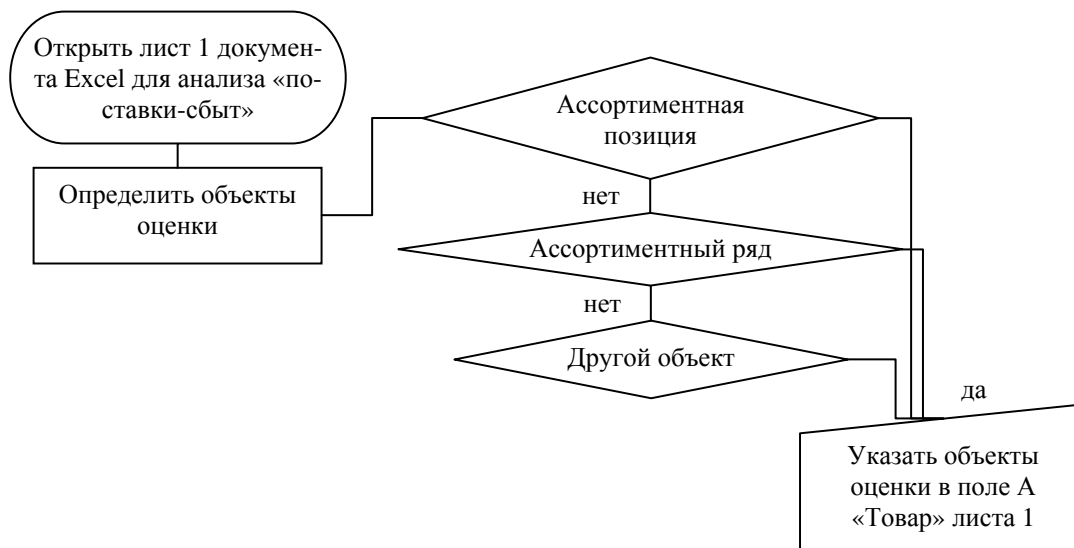


Рис. 2. Фрагмент алгоритма ввода данных в Excel-таблицу «Поставки-сбыт»

Следующий шаг заключается в оценке поставщиков. Поставки для одного товара могут осуществлять несколько фирм. Но в таблицу предлагается заносить интегральный показатель, характеризующий обеспеченность мате-

риалами конкретной ассортиментной позиции. Для этого следует определить критерии, по которым они будут оцениваться. Автором разработан шаблон Excel-таблицы для оценки поставщиков (таблица 2).

Таблица 2

Интегральная оценка поставщиков (таблица Excel, лист 2)

	А	В	С	Д	Е	Ф	Г
1	Товары	Поставщики	Соблюдение условий поставок, 0–10 баллов	Качество материалов, 0–10 баллов	Приемлемость цены, 0–10 баллов	Среднее арифметич. кол-во критериев	Интегральная оценка поставщиков
2	=Лист1!А3					3	=А2
3	Всего поставщиков, шт.	3	–	–	–	–	=СУММ(F4:F8)/\$B3
4		Пост. 1				=СУММ(C4:E4)/\$F\$2	–
5		Пост. 2				=СУММ(C5:E5)/\$F\$2	–
6		Пост. 3				=СУММ(C6:E6)/\$F\$2	–

При сравнении доли каждого товара в выручке (поле В листа 1) и доли в общей оценке поставщиков (поле Е листа 1) становится наглядным разрыв между этими показателями по каждому товару. Если по конкретному товару поставщики оцениваются гораздо лучше, чем доля товара в общей выручке, то по нему имеются перспективы увеличения выпуска на фоне надёжности поставщиков. Обратная ситуация может свидетельствовать о наличии риска снижения выручки по данному товару из-за проблем с поставщиками. Таким образом, в поле F листа 1 предлагается рассчитывать соотношение долей (т. е. полей С и Е листа 1) и оценивать полученные значения следующим образом:

- 1) значение показателя до 1,33 игнорировать;
- 2) на соотношение более 1,33 обратить внимание;
- 3) при значении показателя более 1,66 провести детальный анализ ситуации по данному товару.

Следует указать такие достоинства разработанного инструмента, как возможность принятия управленческих решений в части работы с поставщиками и наращивания объемов производства, простота алгоритма, вариативность объектов и критериев оценки, возможность интеграции созданной базы данных в информационную систему предприятия и визуализация результатов.

Итак, в данной статье автором предложены следующие инструменты ассортиментной деятельности малой швейной предпринимательской структуры:

- способ оценки качества швейных изделий на основе ГОСТ 4.45-86, адаптированный для восприятия потребителей с целью проведения маркетинговых исследований;
- шаблон дерева целей для малого швейного предприятия как основы планирования

и реализации ассортиментной деятельности фирмы;

- методика ассортиментной деятельности малого швейного предприятия, сочетающая маркетинговый и ресурсный подходы;
- алгоритм анализа товарного ассортимента, реализованный в программной среде.

Разработанный инструментальный предлагается использовать в едином комплексе. Он достаточно прост, гибок в использовании и адаптации, что позволяет утверждать о возможности его применения малыми предпринимательскими структурами швейной индустрии.

1. *Каплан Р., Нортон Д.* Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей. – М. : Олимп-Бизнес, 2009. – 416 с.

2. ГОСТ 4.45-86 Система показателей качества продукции. Изделия швейные бытового назначения. Номенклатура показателей. – М. : ИПК Изд-во стандартов, 2001. – URL : <http://vsegost.com/Catalog/12/12446.shtml>.

3. Основы конструирования одежды : учебник / Е. Б. Коблякова, А. В. Савостицкий, Г. С. Ивлева и др. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Лёгкая индустрия, 1980. – 448 с.

4. Вопрос-ответ. Как измерить долю рынка? // Генеральный директор. – 2009. – № 10. – С. 22–23.

5. *Грамм А.* Об оптимизации ассортимента // Современная торговля. – 2009. – № 3. – С. 18–23.

6. ГОСТ 19.701-90 (ИСО 5807-85) Единая система программной документации. Схемы алгоритмов, программ, данных и систем. Условные обозначения и правила выполнения. – URL : <http://vsegost.com/Catalog/28/28346.shtml>.

КВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ ИНВЕСТОРЫ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ

QUALIFIED INVESTORS: DEFINITION AND NATURE

И.Г. Горловская, Л.Н. Иванова, Н.В. Торопыно

I.G. Gorlovskaya, L.N. Ivanova, N.V. Toropyno

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассматривается относительно новая категория участников рынка ценных бумаг в России – квалифицированные инвесторы. Проводится сравнение российского законодательства с зарубежным, описываются особенности требований к квалифицированным инвесторам в разных странах.

This article discusses a relatively new category of participants in the securities market in Russia – qualified investors. The authors compare Russian legislation with a foreign, describe features of the requirements for qualified investors in different countries.

Ключевые слова: квалифицированные инвесторы, законодательство зарубежных стран, российская практика.

Key words: qualified investor, foreign legislation, Russian legislation.

Понятие квалифицированного инвестора в России появилось совсем недавно. Указом Президента России от 6 декабря 2007 г. был принят Федеральный закон № 334-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об инвестиционных фондах" и отдельные законодательные акты Российской Федерации», в соответствии с которым в российском законодательстве было введено понятие квалифицированного инвестора. Также данное понятие появилось в законодательстве о ценных бумагах.

Появление данной категории было связано с развитием российского рынка ценных бумаг, стремлением согласовать его с международными рынками.

Основная задача введения категории квалифицированного инвестора – это развитие современного рынка, на котором могут обращаться различные инвестиционные финансовые инструменты, ориентированные на различные категории инвесторов. Если раньше среди инвесторов выделяли индивидуальных и институциональных, то теперь появилась новая группа – квалифицированные инвесторы.

О важности и своевременности появления данной категории говорит тот факт, что 16 мар-

та 2011 г. в Москве состоялся V ежегодный форум «Квалифицированный инвестор – 2011. Искусство управления институциональными активами», организованный журналом «Рынок ценных бумаг» и Национальной ассоциацией негосударственных пенсионных фондов.

При введении категории «квалифицированный инвестор» был изучен международный опыт. Такая категория инвесторов уже много лет работает в США и Европе.

Законодательство США, регулирующее деятельность на организованном рынке ценных бумаг и рынке коллективных инвестиций, имеет почти 80-летнюю историю и поэтому отражает не только большой опыт в сфере правового регулирования финансовых инструментов и разграничения инвесторов, но и многочисленные подходы к определению тех или иных вопросов. Исключением не стали и инвесторы на финансовом рынке. За прошедшие десятилетия в законодательстве, именуемом общим термином «законы голубого неба», и нормативных актах Комиссии по ценным бумагам и биржам появилось 4 разных определения финансово устойчивых инвесторов:

- квалифицированные приобретатели (Qualified purchaser);

- квалифицированные клиенты (Qualified client);
- квалифицированные институциональные покупатели (Qualified institutional buyer);
- квалифицированные инвесторы (Qualified investor).

Как видим, в американском законодательстве представлены различные виды квалифицированных покупателей ценных бумаг. Они отличаются друг от друга требованиями к сумме приобретаемых ценных бумаг и их качеству (высокорисковые и т. д.). Более подробно остановимся на требованиях к квалифицированным инвесторам, соблюдая терминологию российского законодательства.

Определение квалифицированного инвестора дано в «Законе о биржевой торговле» 1934 г. (п. 54 ст. 2), согласно которому квалифицированным инвестором является:

- инвестиционная компания;
- крупные эмитенты, определенные в «Законе об инвестиционных компаниях 1940 года»;
- банк, сберегательная ассоциация, брокер, дилер, страховая компания;
- инвестиционная компания малого бизнеса;
- компенсационные схемы (фонды);
- траст, доверительным собственником которого является один их субъектов, перечисленных выше;
- ассоциированное лицо брокера, дилера, не являющееся физическим лицом;
- иностранный банк;
- правительство иностранного государства;
- физическое лицо, компания, товарищество, инвестирующее средства на сумму не менее 25 млн долларов;
- государственный орган, инвестирующий средства на общую сумму не менее 50 млн долларов;
- транснациональные или наднациональные структуры (организации).

Целью квалификации служит создание рамок для оборота финансовых инструментов (в том числе биржевых), предназначенных для квалифицированных инвесторов.

«Система аккредитованных инвесторов, которая на первый взгляд кажется неудобной в применении, как и любой правовой институт общего права, вобрала в себя выработанные за многолетнюю правоприменительную практику решения и подходы, которые позволили максимально эффективно разрешить вопрос использования финансовых инструментов для финансирования венчурных и высокорисковых проектов, а также защиты прав инвесторов на

рынке ценных бумаг и рынке коллективных инвестиций» [1, с. 17].

Очевидно, что американский подход к определению квалифицированных инвесторов отличается от российского законодательства о рынке ценных бумаг.

Что касается Европейских стран, то здесь квалифицированные инвесторы ограничены двумя основными категориями:

1) институт профессионального клиента для некоторых финансовых инструментов европейского рынка ценных бумаг и коллективных инвестиций;

2) институт квалифицированного инвестора для ценных бумаг, выпускаемых по упрощенной процедуре.

«Общая концепция отнесения квалификации инвесторов (или профессиональных клиентов) к лицам, обладающим финансовой устойчивостью и/или опытом и знаниями в инвестиционно-финансовой сфере, была вполне обоснованно заимствована из американской системы "аккредитованных инвесторов". Более очевидных и обоснованных критериев, нежели профессионализм ("по призванию" или "по опыту") и наличие крупных финансовых активов и/или вложений, трудно подобрать» [1, с. 17].

«Одновременно с этим европейский законодатель более системно и последовательно подошел к категориям квалифицированных инвесторов, признаваемых таковыми в силу законодательного акта, обозначив для двух сегментов правового регулирования финансового рынка (выпуска эмиссионных ценных бумаг и оборота финансовых инструментов) в целом единые подходы через указание на открытый перечень организаций и компаний, которые могут рассматриваться как квалифицированные инвесторы или профессиональные клиенты соответственно» [1, с. 18].

Ключевым отличием европейского подхода от американской является разделение всех квалифицируемых инвесторов на 2 группы:

1) квалифицированные инвесторы (профессиональные клиенты) по умолчанию;

2) квалифицированные инвесторы (профессиональные клиенты) по признанию.

Лица, которые могут быть признаны квалифицированными инвесторами (или профессиональными клиентами), должны соответствующим образом изъявить такое желание (представить заявление уполномоченному лицу (компании)) и быть готовыми пройти стандартный тест (оценку) их соответствия установленным критериям.

Итак, рассмотрим, кто же согласно европейскому законодательству относится к ква-

лифицированному инвестору и квалифицированному клиенту.

Определение квалифицированного инвестора дается в п. 1е ст. 2 Директивы 2003/71/ЕС Европейского Парламента и Совета ЕС от 4 ноября 2003 г. Целью квалификации является размещение эмиссионных ценных бумаг (акций, облигаций), предназначенных для квалифицированных инвесторов на рынке ценных бумаг.

Согласно этой Директиве квалифицированными инвесторами (по умолчанию) являются:

- юридические лица, действующие на финансовых рынках: кредитные организации, инвестиционные компании, другие уполномоченные и регулируемые финансовые институты, страховые организации, институты коллективного инвестирования и их управляющие компании, пенсионные фонды и их управляющие компании, дилеры на сырьевых рынках, а также лица, которые не уполномочены и не регулируются, но единственным направлением деятельности которых является инвестирование в ценные бумаги;

- национальные и региональные правительства, центральные банки, международные и наднациональные организации, такие как МВФ, Европейский ЦБ, Европейский инвестиционный банк и другие подобные международные структуры;

- другие юридические лица, которые не отвечают двум из трех следующих критериев (критерии предприятий малого и среднего бизнеса):

- среднее количество сотрудников в течение финансового года не превышает 250 человек;

- годовой баланс не превышает 43 млн евро;

- чистая годовая выручка не превышает 50 млн евро.

Круг лиц, являющихся квалифицированными инвесторами по признанию:

- определенные физические лица: по взаимному согласию государство-член ЕС может уполномочить физическое лицо, которое является резидентом государства-члена и желает рассматриваться как квалифицированный инвестор, если такое физическое лицо отвечает по крайней мере двум из указанных ниже критериев:

- инвестор проводил сделки существенного объема на РЦБ со средней частотой по крайней мере 10 сделок в квартал в течение последних 4 кварталов;

- объем портфеля ценных бумаг инвестора превышает 0,5 млн евро;

- инвестор работает или проработал по крайней мере 1 год в финансовом секторе на

должности, требующей знаний по инвестированию в ценные бумаги;

- определенные малые и средние предприятия: по взаимному согласию государство-член ЕС может уполномочить предприятия, которые зарегистрированы в таком государстве-члене и которые желают рассматриваться как квалифицированные инвесторы.

Директива 2003/71/ЕС дает государством-членам возможность на взаимной основе признавать квалифицированными инвесторами малые и средние предприятия с показателями ниже установленных в директиве.

Понятие квалифицированных клиентов прописано в приложении 2 Директивы 2004/39/ЕС Европейского Парламента и Совета ЕС от 21 апреля 2004 г. Цель квалификации – отделение оборота финансовых инструментов (инвестиционных продуктов), предназначенных для профессиональных клиентов инвестиционных и управляющих компаний. В соответствии с Директивой к профессиональным клиентам относятся:

- экономические субъекты, действующие на финансовых рынках: кредитные организации, инвестиционные компании, другие уполномоченные и регулируемые финансовые институты, страховые организации, институты коллективного инвестирования и их управляющие компании, пенсионные фонды и их управляющие компании, дилеры сырьевых товаров и производных инструментов на такие товары, местные компании, другие институциональные инвесторы;

- крупные компании, отвечающие двум из трех следующих требований:

- годовой баланс: 20 млн евро;

- чистый товарооборот: 40 млн евро;

- собственные средства: 2 млн евро;

- национальные и региональные правительства, органы государственной власти, управляющие государственным долгом, центральные банки, международные и наднациональные организации, такие как Всемирный Банк, МВФ, Европейский ЦБ, Европейский инвестиционный банк и другие подобные международные структуры;

- другие институциональные инвесторы, основной деятельностью которых является инвестирование в финансовые инструменты, включая лица, занимающиеся секьюритизацией активов или иными финансовыми сделками.

Круг лиц, являющихся профессиональными клиентами по признанию:

- по заявлению клиента и по итогам финансового теста и оценки, подтверждающих 2 критерия из следующих:

– клиент проводил крупные сделки на соответствующем рынке в количестве 10 сделок в квартал за последние 4 квартала;

– размер портфеля клиента, который включает денежные средства и финансовые инструменты, превышает 0,5 млн евро;

– клиент работает или проработал минимум 1 год в финансовом секторе на должности, требующей знаний в области планирования операций.

Следует отметить, что данная директива предоставляет профессиональным клиентам возможность деквалифицировать себя с целью использования тех финансовых гарантий, которые предоставляются в отношении финансовых инструментов, неограниченных в обороте.

Правовая модель российского квалифицированного инвестора, вне всякого сомнения, состоит в близком родстве с европейскими аналогами. Главное отличие состоит в том, что в РФ установлен единый институт для всего финансового рынка, нет квалифицированных инвесторов для целей федеральных законов «О рынке ценных бумаг» и «Об инвестиционных фондах». «В текущей ситуации это оптимальное решение, позволяющее на неразвитом российском рынке начать апробацию мировых стандартов регулирования рынка финансовых услуг, но не отягощать правовую систему множеством близких институтов» [1, с. 19].

На сегодняшний день, согласно законодательству РФ, квалифицированными инвесторами в силу закона являются [2]:

- брокеры, дилеры и управляющие;
- кредитные организации;
- акционерные инвестиционные фонды;
- управляющие компании инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов;
- страховые организации;
- негосударственные пенсионные фонды;
- некоммерческие организации в форме фондов, которые относятся к инфраструктуре поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, единственными учредителями которых являются субъекты Российской Федерации и которые созданы в целях приобретения инвестиционных паев закрытых паевых инвестиционных фондов, привлекающих инвестиции для субъектов малого и среднего предпринимательства, – только в отношении указанных инвестиционных паев;
- Банк России;
- государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности» (Внешэкономбанк);

- Агентство по страхованию вкладов;
- государственная корпорация «Российская корпорация нанотехнологий», а также юридическое лицо, возникшее в результате ее реорганизации;

• международные финансовые организации, в том числе Мировой банк, Международный валютный фонд, Европейский центральный банк, Европейский инвестиционный банк, Европейский банк реконструкции и развития;

- иные лица, отнесенные к квалифицированным инвесторам федеральными законами.

Квалифицированными инвесторами по признанию являются:

– физическое лицо, отвечающее любым двум требованиям из указанных:

1) владеет ценными бумагами и (или) иными финансовыми инструментами, общая стоимость которых составляет не менее 3 млн руб.;

2) имеет опыт работы в российской и (или) иностранной организации, которая осуществляла сделки с ценными бумагами и (или) иными финансовыми инструментами:

• не менее 1 года, если такая организация (организации) является квалифицированным инвестором в силу закона; или

• не менее 3 месяцев, если такая организация (организации) является квалифицированным инвестором в силу закона и на дату признания лица квалифицированным инвестором это лицо является работником указанной организации; или

- не менее 2 лет в иных случаях;

3) совершало ежеквартально не менее чем по 10 сделок с ценными бумагами и (или) иными финансовыми инструментами в течение последних 4 кварталов, совокупная цена которых за указанные 4 квартала составила не менее 300 тыс. руб., или совершало не менее 5 сделок с ценными бумагами и (или) иными финансовыми инструментами в течение последних 3 лет, совокупная цена которых составила не менее 3 млн руб.;

– юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией и отвечающее любым двум требованиям из указанных:

1) имеет собственный капитал не менее 100 млн руб.;

2) совершало ежеквартально не менее чем по 5 сделок с ценными бумагами и (или) иными финансовыми инструментами в течение последних 4 кварталов, совокупная цена которых за указанные 4 квартала составила не менее 3 млн руб.;

3) имеет оборот (выручку) от реализации товаров (работ, услуг) по данным бухгалтерс-

кой отчетности (национальных стандартов или правил ведения учета и составления отчетности для иностранного юридического лица) за последний отчетный год не менее 1 млрд руб.;

4) имеет сумму активов по данным бухгалтерского учета за последний отчетный год не менее 2 млрд руб.

Сравнивая институты квалифицированных инвесторов в Евросоюзе и РФ, сразу бросается в глаза отличие в необходимых объемах денежных средств, являющихся минимальными для получения статуса квалифицированного инвестора, особенно в отношении физических лиц.

Квалифицированные инвесторы существуют в нашей стране уже более четырех лет, несмотря на это заметными фигурами на рынке ценных бумаг России они не стали. Одна из причин выделения данной группы инвесторов – возможность приобретения только ими ценных бумаг. Кроме того, для данной группы инвесторов в соответствии с Федеральным законом № 224-ФЗ «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком» предусмотрена даже особая информация – предоставляемая.

Появление квалифицированных инвесторов также распространяется на нормативные документы, касающиеся паевых инвестиционных фондов. В частности, в Постановлении Правительства РФ от 18 сентября 2002 г. № 684 (в ред. от 24 декабря 2008 г.) «О типовых правилах доверительного управления интервальным паевым инвестиционным фондом» предусмотрена особая процедура обмена для квалифицированных инвесторов. В Федеральном законе «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» (ред. от 21 ноября 2011 г.) запрещается реклама ценных бумаг, предусмотренных для квалифицированных инвесторов (ст. 5). Профессиональные участники рынка ценных бумаг обязаны предоставлять сведения о квалифицированных инвесторах в соответствии с информационным письмом от 19 января 2012 г. № 12-ДП-02\1668. Здесь нельзя обойти вниманием Приказ Федеральной службы по финансовым рынкам № 11-8\пз-н «Об утверждении Положения об особенностях обращения и учета прав на ценные бумаги, предназначенные для квалифицированных инвесторов, и иностранные ценные бумаги», в котором перечислены случаи, когда ценные бумаги, предназначенные для квалифицированных инвесторов, могут быть приобретены эмитентом либо получены в результате конвертации, ликвидации или реорганизации эмитента.

Это говорит о развитии законодательства и расширении возможностей квалифицированных инвесторов.

По мнению О. Папахина, «ключевые задачи, решение которых должно привести реальный статус квалифицированного инвестора к статусу, вложенному в соответствующее понятие, следующие:

1) расширение линейки инструментов для этого вида инвесторов;

2) обеспечение свободного доступа к инструментам и информации о них;

3) содействие расширению круга квалифицированных инвесторов» [3, с. 14].

Важнейшая задача – расширение линейки инструментов для квалифицированных инвесторов имеет две подзадачи [3, с.15]:

- введение новых инструментов, предназначенных для квалифицированных инвесторов, решение которых может быть обеспечено:

- либо постепенным введением в законодательство конкретных новых видов ценных бумаг, а также «подвидов эмитентов»: новых категорий ПИФов, специальных юридических лиц;

- либо концептуальным изменением законодательства и введением общей нормы, допускающей «моделирование и создание» финансовых инструментов непосредственно участниками рынка при условии, что они предназначены исключительно для квалифицированных инвесторов и удовлетворяют общим требованиям функционирования рынка ценных бумаг;

- модификация действующих инструментов – придание инструментам большей гибкости и увеличение возможностей инвестирования внутри самого инструмента.

Помимо ограниченного набора доступных квалифицированным инвесторам инструментов, российский рынок характеризуется также и сложностями их оборота. Для решения второй задачи необходимо продвижение в следующих направлениях [3, с. 16]:

- доступ квалифицированных инвесторов к информации об инструментах, что подразумевает большую детализацию нормы, ограничивающей раскрытие информации об инструментах для квалифицированных инвесторов;

- включение инструментов в торговые списки повышенного уровня;

- оптимизация нормативных ограничений на объемы инвестирования в инструменты. Сам по себе принцип лимитирования разумен и необходим, однако подходы должны быть достаточно гибкими, учитывая различия в качест-

ве конкретных инструментов, а также перспективы расширения инструментальной линейки; – снятие «моральных» ограничений на инвестирование в инструменты отдельных регуляторов. Классический пример – негативное отношение Центробанка РФ на вложения банков в кредитные Закрытые паевые инвестиционные фонды.

Важной является задача по оптимизации критериев квалификации инвесторов, так как многие организации не могут быть признаны квалифицированными инвесторами, поскольку объем их бизнеса не соответствует закрепленным критериям, например, региональные венчурные фонды, призванные привлекать инвестиции в малые инновационные предприятия. Сейчас эта проблема решается точечным указанием на отдельных участников рынка или на группу участников как на квалифицированных инвесторов в силу закона, для чего требуется внесение изменений в закон. Необходим иной, более гибкий, механизм признания.

Очевидной также видится квалификация иностранных финансовых институтов по умолчанию, что способствовало бы росту количества инвесторов на рынке ценных бумаг.

Обозначенный перечень мер, безусловно, не является исчерпывающим, но необходим для того, чтобы в ближайшее время задача реального наполнения статуса квалифицированного инвестора рынка ценных бумаг была бы успешно решена.

Таким образом, понятие «квалифицированный инвестор» появилось в 2007 г. и планировалось, что это нововведение позволит получить больше возможностей по совершению операций на финансовом рынке тем инвесторам, которые располагают значительными средствами и обладают достаточным опытом и квалификацией, позволяющими осознанно совершать рискованные операции на рынке. Итак, мы рассмотрели подходы американских, европейских и российских законодателей и регуляторов к вопросу квалификации инвесторов на финансовых рынках.

Законодательство США, регулирующее деятельность на организованном рынке ценных бумаг и рынке коллективных инвестиций, имеет почти 80-летнюю историю и поэтому отражает не только большой опыт в сфере правового регулирования финансовых инструментов и разграничения инвесторов, но и многочисленные подходы к определению тех или иных вопросов. Американское законодательство предлагает 4 определения понятию «квали-

фицированный инвестор»: квалифицированные приобретатели, квалифицированные клиенты, квалифицированные институциональные покупатели и квалифицированные инвесторы.

Учитывая опыт американского регулирования финансовых рынков и опираясь на общие принципы континентального права, европейский законодатель ограничил институт квалифицированных инвесторов двумя основными категориями: 1) институт профессионального клиента для некоторых финансовых инструментов европейского рынка ценных бумаг и коллективных инвестиций; 2) институт квалифицированного инвестора для ценных бумаг, выпускаемых по упрощенной процедуре.

Ключевым отличием европейской методологии от американской является разделение квалифицированных инвесторов на 2 группы: 1) квалифицированные инвесторы по умолчанию; 2) квалифицированные инвесторы по признанию.

Правовая модель российского квалифицированного инвестора состоит в близком родстве с европейскими аналогами. Но существуют отличия, присущие только российскому институту квалифицированных инвесторов. Главное заключается в том, что в РФ установлен единый институт для всего финансового рынка, нет квалифицированных инвесторов для целей Федеральных законов «О рынке ценных бумаг» и «Об инвестиционных фондах».

Несмотря на то, что квалифицированные инвесторы существуют в нашей стране уже более трех лет, заметными фигурами на рынке ценных бумаг России они не стали. Основная причина тому – отсутствие реального наделяния квалифицированного инвестора возможностями, соответствующими его статусу. Отчасти это связано с финансовым кризисом, в период которого актуальными стоят задачи снижения негативных последствий колебания цен на рынке.

1. Жук Е. Квалифицированный инвестор в Евросоюзе, США и РФ: правовые модели // Рынок ценных бумаг. – 2008. – № 5 (356). – С. 16–20.

2. О рынке ценных бумаг: Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ (действ. ред.) // Правовая справочно-информационная система «Консультант Плюс»: Версия Проф.

3. Папахин О. Квалифицированный инвестор: реальность статуса // Рынок ценных бумаг. – 2010. – № 11. – С. 14–16.

СИСТЕМНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЯМИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

INDUSTRIAL ENTERPRISE ASSET MANAGEMENT AS A SYSTEM

И.Г. Горловская, М.С. Мизя

I.G. Gorlovskaya, M.S. Miza

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

В статье рассмотрена система управления инвестициями на промышленном предприятии с учетом функций управления инвестициями и процесса управления инвестициями. Такой подход позволяет выделить дополнительные взаимосвязи между элементами системы управления инвестициями, уточнить содержание отдельных функций и этапов управления.

In this article authors consider a system of investment management at the industrial enterprise based on investment management functions and the process of investment management. This approach allows us to provide additional links between elements of the system of investment management, to clarify the content of individual functions and management stages.

Ключевые слова: управление инвестициями, инвестиционный проект, инвестиционный портфель промышленного предприятия.

Key words: investment management, investment project, the investment portfolio of industrial businesses.

Системный подход к управлению инвестициями на предприятии позволяет исследовать объектно-субъектную компоненту управления во взаимосвязи с другими системными компонентами и элементами с учетом принципов управления, инвестиционных рисков. Система управления инвестициями на предприятии включает: принципы управления, объект, субъект управления, инвестиционную политику предприятия, функции управления инвестициями, правовое, нормативное и информационное обеспечение, методы и инструменты управления.

Принципы управления являются фундаментом системы управления инвестициями и включают общие принципы, присущие управлению в целом (системности, оптимальности, гибкости, регламентации, формализации и др.), и специфические принципы, отражающие инвестиционную направленность управления (принцип обеспечения соответствия портфеля финансовым ресурсам; принцип диверсификации; принцип оптимизации соотношения доходности и риска, доходности и ликвидности; принцип соответствия объектов инвестирования кадровому потенциалу и др.)

Объект управления инвестициями. Управление инвестициями на предприятия включает

в себя подсистему управления отдельными инвестиционными проектами и подсистему управления инвестиционной деятельностью. Объект системы управления инвестициями представляется двухуровневым: нижний уровень представляют отдельные проекты и верхний уровень – совокупность проектов в рамках всего предприятия для достижения стратегических целей предприятия (инвестиционный портфель). При этом инвестиционный проект является основным элементом объекта управления инвестициями. Следует согласиться с И. Кендалл и К. Роллинз о том, что основными параметрами инвестиционного проекта выступают: характеристика соответствия выходных результатов и фактических затрат на проект плановым; установленный ранг, как мера значимости проекта с точки зрения стратегии развития, основная цель, достижению которой способствует проект; ответственное лицо за проект (лицо, у которого можно получить исчерпывающую информацию по проекту и которое непосредственно управляет проектом); чистый денежный поток (NPV) в виде целевого ориентира либо целевого диапазона с разбивкой согласно контрольным датам; проекты предшественники и последователи, с которыми связан данный проект; плановая дата старта и фактическая дата

старта; плановая дата окончания и фактическая дата окончания; дата начала получения результатов проекта; плановое и фактическое исполнение бюджета (разбивка расходования бюджетных средств по проекту в разрезе контрольных дат); отклонение от финансового плана (перерасход/недорасход средств в соответствии с бюджетом); остаточные рискованные инвестиции (доли бюджетов взаимосвязанных проектов, которые остается потратить, величины NPV других проектов, поставленных под угрозу риска); текущее состояние взаимосвязанных инвестиций (сводные данные о других зависимых от проекта инициатив) [1]. Указанные параметры являются детерминирующими для определения остальных компонентов и элементов системы управления инвестициями на предприятии.

Портфель инвестиционных проектов формируется в результате отбора из инвестиционных заявок в единую совокупность. Принимаемые к рассмотрению проекты ранжируются по нескольким группам параметров: соответствию ранжированным стратегическим целям; соответствию критерию необходимости для достижения поставленных целей; соответствию финансовых показателей установленным требованиям (величина чистого денежного потока, срок окупаемости, внутренняя норма доходности, размер первоначальных инвестиций, концентрация заемного капитала, текущая ликвидность по проекту); соответствию критериям устойчивости к изменениям внешней среды. Целесообразность объединения нескольких проектов в портфель определяется общей целевой направленностью; наличием единого органа управления и организационно-экономического механизма реализации; упрощением структуры и схемы финансирования; снижением стоимости заемного капитала и получением различных льгот [2].

Субъекты управления инвестициями. Субъекты управления также ранжированы по уровням: основным субъектом управления инвестиционными проектами выступают руководители проектов, инициаторы проектов (менеджеры проектов), а субъектами управления портфелями выступают собственники предприятия, коллегиальные или единоличные органы управления предприятием, руководители высшего и среднего звена, кадровая служба, управляющий портфелем, финансово-экономические службы предприятия. К особенностям управления инвестициями на промышленных предприятиях следует отнести необходимость создания специальных организаци-

онных структур для реализации принятых инвестиционных проектов. Это связано с необходимостью выделить определенную структуру внутри предприятия, которая позволит, координируя отдельные службы и специалистов, оперативно и квалифицированно осуществить подготовку и реализацию проекта. Для этого каждому проекту, утвержденному инвестиционной комиссией и входящему в инвестиционный портфель, назначается свой руководитель проекта, формируются временные проектные организационные структуры. Управление инвестициями создает собственное информационное поле через взаимодействие управляющего портфелем и руководителей проектов, создается эффективная база знаний, основанная на прошлом опыте, которая позволяет повысить качество выполнения проектов.

Инвестиционная политика предприятия. Осуществление инвестирования происходит на основе инвестиционной стратегии – системы долгосрочных целей инвестиционной деятельности и выбора наиболее эффективных путей их достижения на базе прогнозирования условий осуществления этой деятельности, конъюнктуры инвестиционного рынка как в целом, так и отдельных его сегментов [3]. Стратегия конкретизируется в политике, которая позволяет на основе разработанных принципов создать механизмы отбора наиболее подходящей совокупности проектов из возможных. К принципам инвестиционной политики следует отнести системность; учет влияния совокупности проектов на финансовую, операционную и инвестиционную подсистемы предприятия; нелинейность как возможность альтернативного выбора и корректировку ожиданий проекта под воздействием многочисленных факторов внешней среды; взаимосвязь хаоса и порядка как способность политики к изменению во времени под воздействием как внутренних, так и внешних факторов [4].

Разработка инвестиционной политики предприятия базируется на стратегическом видении его развития в долгосрочном периоде с учётом интересов собственников предприятия. Каждый проект, включаемый в инвестиционный портфель предприятия, должен быть оценен на соответствие ранжированным стратегическим целям. Это облегчает отбор проектов и способствует целенаправленному развитию предприятия. Системный подход позволяет рассмотреть разные компоненты и элементы системы во взаимосвязи. Так, основными субъектами, определяющими инвестиционную политику предприятия являются собственники

предприятия (если его организационная форма – унитарное предприятие или общество с ограниченной ответственностью) или совет директоров, единоличный исполнительный орган, его заместители по направлениям (если организационная форма предприятия – акционерное общество). Инструментами инвестиционной политики выступают: миссия предприятия, стратегические цели развития, инвестиционная стратегия предприятия.

Функции управления инвестициями. Для раскрытия управления инвестициями рассмотрим его функции. Многие авторы выделяют из всей совокупности функций управления те, которые являются общими для любого процесса управления вне зависимости от объекта, их называют общими: планирование, организация, мотивация, контроль, координация [5]. Данные функции уточняются ввиду специфики каждого конкретного вида деятельности. Анализ экономической литературы [6] позволил разграничить функции управления инвестиционным портфелем и функции управления инвестиционным проектом.

Функции управления инвестиционным портфелем включают:

- разработку инвестиционной стратегии предприятия, формирование системы целевых показателей инвестиционной деятельности на долгосрочный период;
- создание организационных структур, обеспечивающих принятие и реализацию управленческих решений в рамках инвестиционного портфеля;
- формирование информационных систем, обеспечивающих обоснование альтернативных вариантов инвестиционных решений;
- осуществление анализа факторов, определяющих технико-экономические и финансовые параметры инвестиционного портфеля;
- осуществление планирования инвестиционного портфеля как совокупности взаимосвязанных инвестиционных проектов; разработка совокупности планов и бюджетов по направлениям инвестиционной деятельности;
- осуществление контроля над реализацией инвестиционного портфеля.

Функции управления инвестиционным проектом включают:

- планирование инвестиционного проекта через разработку календарного плана работ, графика платежей, бюджета проекта и т. п. документов, характеризующих процесс реализации проекта;
- организацию осуществления проекта посредством руководителя проекта, наделенного

специфическими полномочиями в рамках выполняемого проекта. Руководитель проекта может создавать рабочие группы, запрашивать информацию у любых подразделений, представлять компанию на переговорах, требовать принятия мер, направленных на реализацию проекта;

- мотивацию через применение условий заключения договоров, систему мер, предусматривающую поощрение либо наказание за качество и своевременность выполнения работ;
- координацию осуществления проекта через руководителя проекта, который согласует деятельность отдельных служб предприятия для эффективного выполнения проекта;
- контроль, анализ и оценку посредством мониторинга текущих показателей проекта, сбора отчетности; проводится анализ эффективности и качества реализации проекта. В случае выявления отклонений от запланированных показателей принимаются меры по стабилизации состояния проекта;
- учет как отдельную функцию в связи с необходимостью контроля экономического эффекта от проекта. При отсутствии попроектного учета фактически невозможно проведение системной политики предприятия по отношению к инвестициям.

Выделенные функции показывают различия в уровнях управления инвестициями и одновременно тесную связь, отражающуюся в подчиненном характере функций управления инвестиционным проектом по отношению к функциям управления инвестиционным портфелем.

Правовое, нормативное и информационное обеспечение. Управление инвестициями на промышленном предприятии регулируется на федеральном и региональном уровнях. Федеральный закон № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» дает основные понятия инвестиций, инвестиционной деятельности, ее объектов и субъектов, разграничивает их права и обязанности, устанавливает первичное деление источников финансирования инвестиций, а также меры по поддержке инвестиций на государственном и муниципальном уровнях. На региональном уровне действуют законы субъектов Российской Федерации. Например, в Омской области это Закон от № 594-ОЗ «О стимулировании инвестиционной деятельности на территории Омской области», в котором уточняются методы поддержки инвестиций со стороны региональных органов власти. Здесь описываются

субъекты и пути получения поддержки для предприятий. Существуют также различные уточняющие документы о правилах проведения отбора проектов, распределения бюджетных ассигнований и т. д. Таким образом, создается правовое поле для управления инвестициями на конкретной территории.

Также к основным нормативным документам следует отнести ПБУ 6/01 «Учет основных средств», ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений», регламентирующие учет, и ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов», регламентирующий учет объектов инвестирования, но инвестиции являются комплексным мероприятием, поэтому они оказывают влияние на источники заимствования, формирование доходов, расходов, отчетности предприятия и т. д. Таким образом, учет инвестиций подчеркивает комплексность вложений и их влияние на все аспекты деятельности промышленного предприятия.

Специфику управления инвестициями на каждом промышленном предприятии определяет комплекс внутренних документов – регламент управления инвестициями. Регламент позволяет точно определить порядок действий, сроки, ответственность за выполнение работ в ходе осуществления управления инвестициями. В ходе разработки и утверждения создаются различные документы: инвестиционная заявка, график платежей по проекту, смета затрат, перечень корректировок в бюджет, технико-экономическое обоснование, календарный план работ, бизнес-план, паспорт проекта, отчет о состоянии проекта, отчет о реализации проекта. Особым внутренним документом является паспорт инвестиционного проекта, подлежащий заполнению по мере исполнения проекта в даты, установленные проектной документацией. Каждый из перечисленных документов создается на определенном этапе и согласуется всеми заинтересованными сторонами, это связано с комплексностью выполняемых работ, которые выходят за рамки одного подразделения, их влиянием на бюджет предприятия и его основные характеристики, а также с невозможностью запланировать некоторые инвестиции заранее, что приводит к корректированию уже имеющихся планов.

Инвестиции промышленного предприятия связаны со многими факторами, напрямую влияющими на объемы, сроки, предельные нормы доходности для проектов и реализуемость проектов. Одним из таких факторов является неопределенность. Неопределенными, например, являются прогнозы цен и валютных

курсов, используемые в расчетах при инвестиционном планировании. К источникам неопределенности при выполнении экономических расчетов относят принципиальную невозможность точного прогноза ситуации; неполноту и противоречивость статистических данных; противоречивость экспертных суждений [7]. Именно поэтому от качества информационного обеспечения зависит реалистичность инвестиционных проектов и инвестиционных портфелей.

Методы и инструменты управления. Методы и инструменты управления инвестициями следует рассматривать с функциональной и процессной точек зрения. Такой комплексный подход позволяет увязать цель и задачи инвестиционной политики с объектно-субъектным компонентом системы управления, разработать механизмы и алгоритмы их реализации на уровне конкретного промышленного предприятия.

Управление инвестициями на промышленном предприятии начинается с анализа и оценки предшествующего периода и планирования инвестиционной деятельности на предстоящий плановый период. Осуществление анализа инвестиционной деятельности предприятия включает рассмотрение как внешней, так и внутренней среды и может проводиться финансовой службой предприятия, которая собирает данные на основе планов и прогнозов государства (проекты бюджетов страны, региона, города, долгосрочные программы развития отраслей, стратегии), данных ведущих рейтинговых агентств, банков. Обработанные данные используются для оценки эффективности уже действующих инвестиционных проектов и расчетов плановых показателей новых инвестиционных проектов, обеспечивая единообразие параметров и гарантируя сопоставимость для сравнения рассчитанных показателей при формировании инвестиционного портфеля. *Инструменты данной функции:* анализ, прогноз, технико-экономическое обоснование, бизнес-планы проектов, системы ключевых показателей и их значимость, параметры инвестиционного портфеля. *Основные субъекты:* инвестиционная комиссия, инициаторы проектов, финансовая служба, заместитель единоличного исполнительного органа по финансовому направлению, руководитель портфеля проектов.

Базовой единицей планирования выступает инвестиционный проект. На основе имеющихся финансовых возможностей предприятия и данных по принятым инвестиционным проектам формируется план инвестиций. План

может уточняться по ходу детализации календарных планов отдельных проектов, что связано с установлением окончательных дат и подрядчиков (исполнителей), заключением контрактов. Планирование выделяемых ресурсов под проекты должно учитывать единую ресурсную базу предприятия, не допускать ресурсных конфликтов. При выполнении инвестиционных проектов с использованием собственных подразделений необходимо учитывать их загрузку и как следствие отсутствие возможности одновременного выполнения проектов. Для решения этой задачи анализируется инвестиционный портфель в целом как единый комплекс работ по реализации всех проектов, входящих в портфель, оптимизируются даты начала работ в пределах, обусловленных проектной документацией и информацией. *Инструменты данной функции:* план инвестиций, календарный план проекта, график платежей, бюджеты. *Основные субъекты:* плановая и кадровая службы, руководитель проекта, управляющий портфелем проектов, финансовая служба.

Контроль над всеми инвестиционными проектами и программами инвестиционного портфеля осуществляется в трех основных формах: 1) предварительный контроль на этапе согласования различными службами планов, расчетов; 2) текущий контроль при сверке платежных документов с суммами, включенными в бюджет, при осуществлении сверки актов приёмки работ и ввода в эксплуатацию с проектной документацией; 3) последующий контроль при заполнении отчетных форм и выполнении план-фактного анализа. Контроль осуществляется через регулярное отслеживание хода выполнения инвестиционных проектов, входящих в портфель и соответствия текущего состояния утвержденным графикам. Так как анализ производится по отдельным проектам инвестиционного портфеля, необходимы сведения о каждом из них в достаточном объеме. Информация о проектах должна собираться с установленной периодичностью в зависимости от условий проекта (сезонность, частота поступления данных из внешних источников или особенностей учета). По результатам сбора информации производятся корректировки планов, позволяющие ускорить выполнение плана либо разрешить выявленные трудности. На основании анализа отчетов о состоянии проекта возможно принятие решения о его досрочном прекращении в случае значительных изменений параметров проекта по сравнению с плановыми. Данное решение должна принимать инвестиционная комиссия. В этом

случае необходимо высвободить ресурсы под новые проекты и минимизировать убытки, произвести корректировку инвестиционного плана, соответствующего бюджета, продажу создаваемых в ходе проекта активов либо их реперофилирование. *Инструменты данной функции:* отчет о состоянии проекта, отчет о состоянии портфеля, разработка и контроль изменения (отчет о проблеме, запрос на осуществление корректировки, отчет о проведении корректировки), первичные документы по проекту, реестр платежей, бюджет проекта. *Основные субъекты:* руководитель проекта, управляющий портфелем проектов, плановая служба и финансовая службы, инвестиционная комиссия.

Для того чтобы инициировались инвестиционные проекты, из которых впоследствии отбираются лучшие, должна быть выработана система стимулирования реализации управленческих решений, поощрений инициатора и руководителя проекта. Выполнение дополнительных функций для них требует определенных затрат, которые должны быть соответствующим образом возмещены в фиксированном объеме или в пропорции от получаемого эффекта. *Инструменты данной функции:* кадровая политика, система оплаты труда. *Основные субъекты:* инвестиционная комиссия, кадровая служба.

На основе выделенных функций управления инвестиционной деятельностью можно выделить субъекты управления и используемые ими инструменты воздействия в ходе управления инвестициями на уровне предприятия. Распределение инструментов управления инвестициями по функциональному аспекту:

– с точки зрения разработки инвестиционной стратегии: миссия предприятия, стратегические цели развития, инвестиционная стратегия предприятия;

– с точки зрения анализа инвестиционной деятельности: анализ и прогноз развития инвестиционного рынка, технико-экономические обоснования, бизнес-планы проектов, системы ключевых показателей и их значимость, параметры инвестиционного портфеля;

– с точки зрения создания организационных структур: регламент управления инвестициями, положения о руководителе проекта, инвестиционной комиссии, должностные инструкции;

– с точки зрения планирования инвестиционной деятельности: план инвестиций, календарный план проекта, бюджеты, график платежей;

– с точки зрения стимулирования реализации управленческих решений: кадровая политика, система оплаты труда;

– с точки зрения контроля над всеми инвестиционными проектами и программами инвестиционного портфеля: отчеты о состоянии проекта и портфеля, разработка и контроль изменения (отчет о проблеме, запрос на осуществление корректировки, отчет о проведении корректировки), первичные документы по проекту, реестр платежей, бюджет проекта.

Всестороннее исследование системы управления инвестициями на промышленном предприятии, на наш взгляд, невозможно без рассмотрения самого процесса управления. На основе анализа этапов процесса управления инвестиционным портфелем и управления отдельным проектом следует выделить единый процесс управления инвестициями промышленного предприятия.

Первый этап «Определение целей и задач инвестирования» происходит при выработке инвестиционной стратегии и политики. Для достижения цели управления инвестициями требуется отобрать наиболее эффективные инвестиционные проекты, направленные на расширение экономического потенциала предприятия. Следовательно, такие проекты должны вести к единой цели, дополняя друг друга. Для количественной оценки стратегии требуется также проработанный прогноз развития отрасли и государственных программ поддержки инвестиций.

Второй этап «Определение источников финансирования». Целью этого этапа является определение оптимальных источников финансирования (внешних или внутренних), оптимизация их структуры с позиции обеспечения эффективных результатов управления инвестициями, определение формы привлечения финансовых средств (банковский кредит, эмиссия ценных бумаг и др.).

Третий этап «Отбор проектов и формирование портфеля проектов» включает в себя прединвестиционный этап управления проектом, связанный с разработкой планов и расчетом показателей эффективности. При отборе эффективных инвестиционных проектов используются специальные показатели, по которым можно сопоставлять проекты и оценивать их состоятельность. С позиции промышленного предприятия, реализующего инвестиционный проект, его эффективность определяется с точки зрения достижения стратегических целей инвестиционной политики. Оценка инвестиционного проекта строится на принципах: рассмотрения проекта на протяжении его жиз-

ненного цикла, моделирования денежных потоков, сопоставимости условий сравнения различных проектов, положительности и эффекта, учета фактора времени, учета предстоящих в ходе осуществления проекта затрат и поступлений, учета всех наиболее существенных последствий проекта, учета наличия разных участников проекта, многоэтапности оценки, учета влияния на эффективность инвестиционного проекта потребности в оборотном капитале, учета влияния инфляции, учета неопределенности и рисков [8]. Кроме рассмотрения отдельных проектов необходимо учитывать их взаимосвязь, взаимовлияние проектов, которое может давать дополнительный синергетический эффект, так как отдельные проекты с учетом поставленных целей и бюджетных ограничений формируют инвестиционный портфель предприятия

Четвертый этап «Реализация проекта и контроль его эффективности» включает в себя два подэтапа управления инвестиционным проектом: инвестиционный и эксплуатационный, они объединяют разные виды работ и денежные потоки, однако подчиняются общим принципам контроля. Реализация проекта является ключевым этапом процесса управления инвестициями. Отобранные проекты получают финансирование, начинается закупка и монтаж оборудования, наладка, запуск в эксплуатацию и выход на заданные параметры работы.

Пятый этап «Завершение инвестиционного проекта» связан с его ликвидацией. По завершении проекта делаются выводы об успешности проекта, достижении поставленных целей, итоговой суммы дохода по нему, выполнению планов, принимаются организационные решения. Данные по выполненным проектам аккумулируются в базе знаний предприятия и используются в дальнейшем для ускорения проектной работы. Результаты контроля становятся основой для корректировки инвестиционной политики, методов отбора проектов, расчета параметров и контроля над действующими проектами.

Таким образом, рассмотрение системы управления инвестициями на промышленном предприятии с учетом функций управления инвестициями и процесса управления инвестициями позволяет выделить дополнительные взаимосвязи между компонентами и элементами системы управления инвестициями, уточнить содержание отдельных функций и этапов управления с точки зрения объектно-субъектного, информационно-обеспечивающего и инструментально компонентов.

1. *Кендалл И., Роллинз К.* Современные методы управления портфелями проектов и офис управления проектами: Максимизация ROI: пер. с англ. – М. : ЗАО «ПМСОФТ», 2004. – С. 179.

2. *Чиркунов К.* Совокупность инвестиционных проектов: экономическое обоснование // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 10. – С. 80.

3. Управление инвестициями: в 2 т. / В. В. Шеремет, В. М. Павлюченко, В. Д. Шапиро и др. – М.: Высшая школа, 1998. – Т. 1. – С. 362.

4. *Петров А.* Формирование инвестиционной политики компании: синергетический

подход // Проблемы теории и практики управления. – 2007. – № 7. – С. 85.

5. *Семенов А. К., Набоков В. И.* Основы менеджмента. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2008. – С. 104.

6. *Бланк И. А.* Инвестиционный менеджмент : учебный курс. – Киев : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – С. 61.

7. *Никонова И., Нариньяни А., Напреенко В.* Технология инвестиционного проектирования в ситуации неопределенности // Финансы и кредит. – 2010. – № 29 (413). – С. 2.

8. *Подшиваленко Г. П., Лахметкина Н. И., Макарова М. В.* Инвестиции : учеб. пособие. – 3-е изд. – М. : КНОРУС, 2006. – С. 12.

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
ФИНАНСОВО-БЮДЖЕТНОГО КОНТРОЛЯ**

**THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS
OF FINANCIAL AND BUDGETARY CONTROL**

Л.В. Завьялова, А.А. Шустов

L.V. Zavyalova, A.A. Shustov

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

Одним из дискуссионных и недостаточно изученных в научной литературе вопросов является финансово-бюджетный контроль. В статье предпринята попытка исследования сущности и содержания данного вида контроля. Основываясь на системно-процессном подходе, авторы приводят характеристику основных элементов финансово-бюджетного контроля и уточненное содержание его основных этапов.

One of the discussion and insufficiently studied in the scientific literature issues is the financial and budgetary control. The article makes an attempt to study nature and contents of this form of control. Based on the systemic-process approach, the authors cite a description of the main elements of the financial-budgetary control and the content of its main stages.

Ключевые слова: контроль, финансово-бюджетный контроль, система, процесс, проблемы контроля.

Key words: control, financial and budgetary control, system, process, problems of control.

Современный этап развития России характеризуется возрастанием роли финансово-бюджетного контроля. Любые государственные программы реформирования и развития различных областей экономики для их успешной реализации должны предусматривать эффективную систему финансово-бюджетного контроля. От того, насколько качественной будет информация, предоставляемая системой финансово-бюджетного контроля, во многом зависит обоснованность решений, затрагивающих различные сферы как государственной финансово-экономической политики, так и финансово-хозяйственной деятельности государственных организаций. А это, как известно, является основной предпосылкой устойчивости хозяйственного и, как следствие этого, социально-политического развития страны в целом. Иными словами, эффективность финансово-бюджетного контроля является одним из ключевых факторов финансово-экономического и социально-политического благополучия.

Несмотря на это, сегодня все еще приходится доказывать, что финансово-бюджетный контроль должен являться важнейшей функцией государства, обеспечивающей условия нормального функционирования всей финансово-кредитной системы. Деятельность современ-

ных органов финансово-бюджетного контроля России нельзя признать достаточно эффективной и вполне совершенной, потому имеется необходимость ее совершенствования.

К сожалению, в законодательно-нормативных документах РФ не закреплено понятие «финансово-бюджетный контроль». Кроме того, в научной литературе данная формулировка встречается достаточно редко, а среди экономистов нет единого подхода к определению этого понятия. Тем не менее можно выделить несколько подходов к определению данной дефиниции.

Так, А.В. Румянцев [1] придерживается целевого подхода к определению финансово-бюджетный контроль.

А.В. Румянцев считает, что финансово-бюджетный контроль – это часть государственного финансового контроля, а именно мероприятия, проводимые государственными органами по проверке законности, целесообразности и эффективности использования денежных ресурсов Российской Федерации [1, с. 31].

А.С. Нешитой придерживается функционального подхода и определяет финансово-бюджетный контроль как форму реализации контрольной функции финансов по составлению и исполнению бюджета [2, с. 291].

М.В. Васильева и А.С. Нилова придерживаются институционального подхода. По их мнению, финансово-бюджетный контроль как институт представляет собой целостную совокупность идей, правил и механизмов, определяющих, формирующих или развивающих определенную организацию, или же саму организацию как открытую эволюционирующую систему [3, с. 28].

А.В. Голубев считает, что процессный подход наиболее полно отражает сущность финансово-бюджетного контроля и определяет его как «процесс воздействия уполномоченных органов государственной власти или органов местного самоуправления на участников исполнения бюджетов, выраженного в исследовании и фиксировании их состояния и поведения по осуществлению части бюджетного процесса, связанной с исполнением бюджетов, сопоставлении зафиксированного состояния и проведения с требованиями правовых норм, издания индивидуальных правовых актов» [4, с. 82].

Проанализировав и сопоставив представленные в литературе подходы, авторы статьи считают невозможным раскрыть все многообразие исследуемого понятия в рамках одного подхода. В этой связи представляется целесообразным под финансово-бюджетным контролем понимать совокупность взаимодействующих элементов, применяемых на определенных последовательных стадиях с целью контроля за субъектами хозяйствования и органами государственной власти для обеспечения законности и эффективности использования бюджетных средств, а также средств государственных внебюджетных фондов и государственной собственности. Таким образом, в основу представленного определения положен системно-процессный подход.

Финансово-бюджетный контроль занимает особое место в системе финансового контроля. Он имеет более узкий спектр действия и определенные особенности [5, с. 8]:

- распространяется на сферу формирования доходной части федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации и бюджета муниципального образования;
- распространяется на сферу расходования средств бюджета соответствующего уровня, т. е. необходимо обеспечивать контроль за целевым и эффективным использованием средств бюджета и государственной собственности;
- осуществляется исключительно государственными и муниципальными органами власти;
- финансирование проведения финансово-бюджетного контроля осуществляется за счет средств государственного бюджета, т. е. за счет государства;
- бюджетные учреждения, как получатели бюджетных средств, являются непосредственными участниками бюджетного процесса, что делает финансово-бюджетный контроль составляющей бюджетного процесса в Российской Федерации.

Целью финансово-бюджетного контроля является обеспечение законности и эффективности использования бюджетных и внебюджетных средств и государственной собственности [5, с. 8].

Сущность финансово-бюджетного контроля раскрывается через его задачи и функций.

Экономисты едины во мнении относительно задач финансово-бюджетного контроля. Обзор точек зрения различных специалистов представлен в таблице 1.

Таблица 1

**Обзор точек зрения различных экономистов
по вопросам выделения задач финансово-бюджетного контроля**

<i>Автор</i>	<i>Задачи финансово-бюджетного контроля</i>
А.М. Румянцев [1, с. 32]	Обеспечение правильности составления и исполнения бюджета; соблюдение налогового и бюджетного законодательства; проверка эффективности и целевого использования бюджетных средств и средств внебюджетных фондов; улучшение бюджетной и налоговой дисциплины; выявление резервов роста доходной базы бюджетов разных уровней; контроль за реализацией механизма межбюджетных отношений; проверка обращения средств бюджетов и внебюджетных фондов; пресечение незаконных решений по предоставлению налоговых льгот, государственных дотаций, субвенций, трансфертов и другой помощи отдельным категориям плательщиков и регионам; выявление расточительства и финансовых злоупотреблений; принятие адекватных мер наказания к виновным лицам; проведение профилактической, информационно-разъяснительной работы с целью повышения бюджетно-финансовой дисциплины

Окончание табл. 1

<i>Автор</i>	<i>Задачи финансово-бюджетного контроля</i>
И.Н. Мысляева [6, с. 338]	Контроль за соблюдением действующего бюджетного и налогового законодательства; обеспечение правильности составления и исполнения бюджета; обеспечение своевременности и полноты выполнения обязательств гражданами и хозяйствующими субъектами перед государственным бюджетом; проверка эффективности и целевого использования бюджетных средств и средств внебюджетных фондов; проверка обращения средств бюджета и внебюджетных фондов в банках и других кредитных учреждениях; контроль за реализацией механизма межбюджетных отношений; выявление резервов роста доходов бюджетов разных уровней; обеспечение сохранности государственной собственности
Ю.А. Крохина [7, с. 402]	Контроль формирования и исполнения бюджетов; контроль эффективного использования государственных и муниципальных средств и государственной и муниципальной собственности; контроль составления бюджетной отчетности и ведения бюджетного учета; разработка стандартов и процедур осуществления государственного и муниципального бюджетного контроля; подготовка предложений по повышению эффективности и результативности использования государственных и муниципальных средств и государственной и муниципальной собственности; проверка состояния внутреннего контроля в исполнительных органах государственной власти и местных администрациях
А.А. Шевченко, Н.А. Аюбов [5, с. 8]	Организация и осуществление контроля за своевременным исполнением доходных и расходных статей бюджета и внебюджетных фондов по объемам, структуре и целевому назначению; определение эффективности и целесообразности расходов государственных средств и использования государственной собственности; оценка обоснованности доходных и расходных статей проектов бюджетов и внебюджетных фондов; финансовая экспертиза проектов законов, а также нормативных правовых актов органов государственной власти, предусматривающих расходы, покрываемые за счет средств бюджета и бюджетов внебюджетных фондов; анализ выявленных отклонений от установленных показателей бюджета и бюджетов внебюджетных фондов и подготовка предложений, направленных на их устранение, а также на совершенствование процесса в целом; контроль за законностью и своевременностью движения средств бюджета и внебюджетных фондов
Л.А. Чалдаева, О.А. Карпенко, Е.А. Морозова [8, с. 231]	Обеспечение правильности составления и исполнения бюджета; контроль за правильностью ведения бухучета и отчетности; проверка эффективности и целевого использования бюджетных средств и средств внебюджетных фондов; улучшение бюджетной и налоговой дисциплины; выявление резервов роста доходной базы бюджетов разных уровней; контроль за реализацией механизмов межбюджетных отношений; выявление расточительства и финансовых злоупотреблений; проведение профилактической и информационно разъяснительной работы с целью улучшения бюджетно-финансовой дисциплины
В.М. Родионова, И.М. Баятова, Е.В. Маркина [9, с. 182]	Проверка соблюдения действующего законодательства, а также других нормативно правовых актов, регламентирующих порядок формирования и использования финансовых ресурсов; создание условий для наиболее эффективного использования потенциала бюджетной сферы в интересах развития общества и удовлетворения социальных потребностей; установление полноты и своевременности выполнения финансовых обязательств, проверка соблюдения финансовой дисциплины; содействие правильной организации по ведению и составлению отчетности; разработка мер по предотвращению будущих финансовых нарушений
Т.С. Маслова [10, с. 31]	Обеспечение правильности составления и исполнения бюджета; соблюдение бюджетного и налогового законодательства; проверка правильности ведения бюджетного бухгалтерского учета и составления отчетности; проверка эффективности и целевого использования бюджетных средств и средств внебюджетных фондов; укрепление бюджетной и налоговой дисциплины; совершенствование системы межбюджетных отношений; проверка обращения бюджетных средств и средств государственных внебюджетных фондов в банках и других кредитных учреждениях; проведение профилактической и информационно разъяснительной работы с целью улучшения бюджетно-финансовой дисциплины

Обобщение точек зрения различных экономистов позволило выделить следующие задачи финансово-бюджетного контроля:

- обеспечение правильности составления и исполнения бюджета;
- соблюдение налогового и бюджетного законодательства;
- проверка эффективности и целевого использования бюджетных средств и средств внебюджетных фондов;
- улучшение бюджетной и налоговой дисциплины;
- выявление резервов роста доходной базы бюджетов разных уровней;
- выявление расточительства и финансовых злоупотреблений, принятие адекватных мер наказания к виновным лицам;

- проведение профилактической, информационно-разъяснительной работы с целью повышения бюджетно-финансовой дисциплины.

Общественное значение финансово-бюджетного контроля выражается в выполнении им определенных функций. В настоящее время в литературе существует единый подход к определению функций финансово-бюджетного контроля. Функции, выделяемые различными авторами, представлены в таблице 2.

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что к основным функциям финансово-бюджетного контроля можно отнести функцию выявления отклонений, аналитическую функцию, функцию коррекции, превентивную функцию и функцию правоохраны.

Таблица 2

**Обзор точек зрения различных экономистов
по вопросу выделения функций финансово-бюджетного контроля**

<i>О.В. Врублевская [11, с. 491]</i>	<i>С.В. Степаншин [12, с. 92]</i>	<i>Н.Д. Бровкина [13, с. 40]</i>
Выявление нарушений, аналитическая функция, коррекционная функция, превентивная функция –	Выявление отклонений, анализ причин отклонений, функция коррекции, функция превенции, функция правоохраны	Выявление отклонений, анализ причин отклонений, функция коррекции, функция превенции, функция правоохраны

Функция выявления отклонений предполагает установление отклонений в части использования средств государственного бюджета, отклонения в формировании доходной части и использовании расходной части бюджета [12, с. 92].

Аналитическая функция предполагает исследование фактов, определивших то или иное отклонение, установление персоналий, ответственных за отклонения [14, с. 354].

Функция коррекции заключается в разработке предложений по устранению выявленных отклонений в процессе формирования и исполнения бюджета [14, с. 354].

Функция превенции заключается в предупреждении возможных нарушений законодательства [12, с. 92].

Функция правоохраны означает, что контрольная деятельность государства является правоохранительной. Как средство обеспечения законности эта функция направлена на пресечение неправомерных действий должностных лиц и граждан, виновных в нарушениях [12, с. 93].

Финансово-бюджетный контроль как система представляет собой совокупность элементов, опосредующих проведение контрольно-ревизионных и экспертно-аналитических мероприятий, проводимых органами, уполномо-

ченными бюджетным законодательством Российской Федерации на осуществление данной деятельности.

В настоящее время в литературе не уделяется должного внимания определению элементов финансово-бюджетного контроля. Поэтому, исследуя этот вопрос, необходимо отталкиваться от более общего понятия, такого как «контроль».

Современные экономисты выделяют различные элементы контроля. Обзор точек зрения различных специалистов представлен в таблице 3.

Большинство авторов, среди которых можно выделить Н.Д. Бровкину [13], О.С. Макоева [15], В.М. Родионову и В.И. Шлейникова [18], С.П. Опеньшева и В.А. Жукова [17], И.В. Кальницкую и Е.Г. Осташенко [16], сходятся во мнении о необходимости выделения таких элементов финансово-бюджетного контроля, как субъект, объект, предмет и метод контроля.

В.М. Родионова и В.И. Шлейников [18], С.П. Опеньшев и В.А. Жуков [17], И.В. Кальницкая и Е.Г. Осташенко [16] расширяют представленный выше список, добавляя к нему принципы, технику и технологию, процесс, механизм и результат контроля, а также выделяя субъект, который принимает решение по результатам контроля.

Таблица 3

Сравнительный анализ подходов различных экономистов к выделению элементов контроля

<i>Н.Д. Бровкина [13, с. 41]</i>	<i>О.С. Макоев [15, с. 23]</i>	<i>И.В. Кальницкая, [16, с. 8]</i>	<i>С.П. Опенышев, В.А. Жуков [17, с. 42]</i>	<i>В.М. Родионова, В.И. Шлейников [18, с. 19]</i>
Субъект	Субъект	Субъект	Субъект	Субъект
Объект	Объект	Объект	Объект	Объект
Предмет	Предмет	Предмет	Предмет	Предмет
Методы	Методы	Методы	Методы	Методы
–	–	Принципы	Принципы	Принципы
–	–	Процесс	–	Процесс
–	–	–	Техника и технология	Техника и технология
–	–	Субъект, принимающий решение по результатам контроля	Субъект, принимающий решение по результатам контроля	Субъект, принимающий решение по результатам контроля
–	–	Результат контроля	–	–
–	–	–	Оценка эффективности контроля	–
–	Средства контроля	–	–	–
Механизм осуществления контроля	–	–	–	–

С.П. Опенышев и В.А. Жуков [17] в дополнение к прочим выделяют такой элемент как оценка эффективности контроля. И.В. Кальницкая [16] считают целесообразным выделить в качестве базового элемента результат контроля. Н.Д. Бровкина [13] включает в общий перечень элементов механизм осуществления контроля, а О.С. Макоев [15] дополнительно предлагает выделять такой элемент, как средства контроля.

Исследование точек зрения различных экономистов позволило в рамках данного исследования выделить такие элементы финансово-бюджетного контроля, как субъект, объект, предмет, методы, принципы, результаты кон-

троля и субъект, принимающий решения по результатам контроля. Характеристика элементов финансово-бюджетного контроля представлена в таблице 4.

Финансово-бюджетный контроль как процесс представляет собой совокупность последовательных и взаимосвязанных этапов. Однако в литературе не уделяется должного внимания их структурированию и изучению. В рамках настоящей работы в основу исследования положено изучение этапов контроля в целом.

В литературе нет единого подхода к определению этапов контроля. Обзор точек зрения различных экономистов представлен в таблице 5.

Таблица 4

Характеристика элементов финансово-бюджетного контроля

<i>Элемент</i>	<i>Характеристика элемента</i>
Субъект	Специальные государственные контрольные органы, обязанности и ответственность которых строго регламентированы, в том числе и законодательными актами
Объект	Экономическая система в целом, отдельные отрасли экономики, регионы, министерства и организации, распределяющие, использующие или управляющие бюджетными средствами и государственным имуществом
Предмет	Денежные, распределительные процессы формирования и использования государственных финансовых ресурсов на уровне отдельных хозяйствующих субъектов, отраслей, территориальных единиц, регионов и страны в целом
Методы	Совокупность обоснованных и апробированных способов проверки, оценки и анализа состояния конкретных объектов контроля. К основным методам относятся: проверка, ревизия, обследование, надзор

Окончание табл. 4

Элемент	Характеристика элемента
Принципы	Научно разработанные и применяемые на практике политические, организационные и правовые основы организации контроля, которые обеспечивают его эффективность, определяют общие правила и целенаправленность контрольной деятельности в финансовой сфере. К основным принципам относятся: – принцип законности, – принцип независимости, – принцип объективности, – принцип гласности, – принцип компетентности, – принцип системности, – принцип разграничения функций и полномочий, – принцип ответственности
Результат	Документальные материалы, отражающие достоверность информации о финансово-хозяйственном состоянии объекта контроля, составленные на основании документов, полученных в процессе осуществления контроля. К таким документам относятся: – акт, – справка, – заключение, – отчет
Субъект, принимающий решение по результатам контроля	Руководитель проверяемого объекта или вышестоящей организации, а также органы исполнительной, представительной или судебной власти

Таблица 5

Сравнительная характеристика подходов различных авторов к выделению этапов финансово-бюджетного контроля

<i>Н.Д. Бровкина</i> [13, с. 137]	<i>В.В. Ковалева</i> [19, с. 347]	<i>О.В. Врублевская,</i> [11, с. 492]	<i>А.А. Шевченко,</i> <i>Н.А. Аюбов</i> [5, с. 13]
Планирование контрольного мероприятия	Планирование контрольного мероприятия	–	Планирование контроля
Выбор методов контроля	Подготовка к проведению контрольного мероприятия	Подготовка к проведению контроля	–
Проведение контроля	Проведение контрольного мероприятия	Проведение контроля	Проведение контроля
Систематизация результатов контроля	Систематизация материалов контрольного мероприятия	Систематизация результатов контроля	–
Анализ результатов контроля, подготовка итогового документа	Составление акта, согласование и обсуждение материалов контрольного мероприятия и предложений по нему	–	–
Принятие решения по результатам контроля	Принятие решения	Реализация материалов контроля	Оформление результатов контроля

В настоящее время среди авторов нет единого мнения о количестве стадий процесса контроля. Большинство авторов, таких как Н.Д. Бровкина [13], В.В. Ковалева [19], А.А. Шевченко и Н. А. Аюбов [5] в качестве основных стадий контроля выделяют планирование контрольного мероприятия, проведение контрольного мероприятия и принятие решения по результатам контроля.

Н.Д. Бровкина [13], В.В. Ковалева [19], О.В. Врублевская [11] дополнительно выделяют стадии подготовки к проведению контрольного мероприятия и систематизации результа-

тов контрольного мероприятия. Кроме того, Н.Д. Бровкина [13] и В.В. Ковалева [19] выделяют стадии анализа результатов контроля и подготовки итогового документа.

Анализ мнений различных экономистов позволил выделить следующие пять стадий финансово-бюджетного контроля:

- подготовка к проведению контрольного мероприятия,
- планирование контрольного мероприятия,
- проведение контрольного мероприятия,
- анализ и оформление результатов контрольного мероприятия,

- принятие решения по результатам контрольного мероприятия.

На этапе подготовки к проведению контрольного мероприятия происходит определение объекта, задач и форм контроля, а также формируется набор количественных и качественных показателей, по которым будет производиться оценка деятельности объекта контроля в части использования бюджетных средств.

Во время подготовительного периода представители субъекта контроля обязаны изучить законодательные и другие нормативно правовые акты, отчетные и статистические данные, другие имеющиеся материалы, характеризующие финансово-хозяйственную деятельность организации, подлежащей контролю.

Планирование контрольного мероприятия – это разработка контролирующим органом общего плана проверки с указанием ожидаемого объема, графиков и сроков проведения контроля и программы проверки, определяющей объем, виды и последовательность осуществления контрольных процедур, необходимых для осуществления поставленных задач.

Планирование контрольного мероприятия должно проводиться в соответствии с общими принципами контроля.

Конкретные вопросы проверки определяются ее программой и перечнем основных объектов и вопросов, подлежащих контролю, и утверждаются руководителем контрольного органа.

Третьим этапом является проведение контрольного мероприятия. Целью данного этапа является сбор данных, характеризующих деятельность объекта контроля в части использования бюджетных средств.

Проверка финансово-хозяйственной деятельности организации проводится путем осуществления:

- проверки бухгалтерских, отчетных, и других документов в целях установления законности и правильности произведения операций;
- проверки фактического соответствия совершенных операций данным первичных документов, в том числе по факту получения, и выдачи указанных в них денежных средств;
- организация в соответствии с законодательством РФ проверок поступления и расходования средств бюджетов и внебюджетных фондов, использования имущества находящегося в государственной собственности и т. д.;
- проверка достоверности отражения произведенных операций в бухгалтерском учете и отчетности.

На этапе анализа и оформления результатов контрольного мероприятия происходит

систематизация результатов контрольного мероприятия, в рамках которого осуществляется обобщение и упорядочение полученной информации по определенным критериям и составление отчетности.

Материалы каждой проверки в делопроизводстве контрольно-ревизионного органа должны оформляться отдельным делом, с соответствующим номером, наименованием и количеством томов этого дела.

Последним этапом является принятие решения по результатам контрольного мероприятия, на этом этапе анализируются система полученных результатов, которая предполагает доведение принятых по результатам контроля решений до руководящих органов, которые в соответствии со своими должностными обязанностями принимают решение о выработке и проведении соответствующих мероприятий по устранению выявленных нарушений.

На данном этапе развития финансово-бюджетного контроля в нашей стране невозможно его эффективное и оперативное осуществление. Это связано с рядом проблем, которые можно разделить на правовые, организационные, методологические, институциональные и информационные.

Основной проблемой правового характера является отсутствие единого федерального закона «О финансовом контроле», в котором было бы закреплено понятие финансово-бюджетного контроля, определены основные элементы финансового контроля и их структурные компоненты, установлены субъекты контроля и их статус, распределены права и обязанности органов контроля.

К организационным проблемам относится отсутствие единого подхода к структурной организации субъектов контроля, а также отсутствие стандартизации контрольных мероприятий.

Методологические проблемы связаны с неразработанностью на макро- и микроуровнях методики оценки эффективности финансово-бюджетного контроля, а также рекомендаций по организации и проведению финансово-бюджетного контроля и оформлению его результатов.

Проблемы институционального характера заключаются в отсутствии разграничения полномочий органов осуществляющих финансово-бюджетный контроль. При этом функции контролирующих структур в значительной мере дублируются, происходит пересечение направлений их деятельности, что при отсутствии координации приводит к неэффективности их функционирования. Вследствие этого не

только размывается ответственность контрольных органов, но и происходит нерациональная трата выделенных на контроль бюджетных средств. Органы финансово-бюджетного контроля слабо взаимодействуют, коммуникационные системы между ними не отлажены, планы их работы разобщены и не скоординированы, нет должного взаимодействия в выработке общей политики контрольных органов.

Переходя к проблемам информационного характера, необходимо обратить внимание на отсутствие единой информационной базы о выявляемых правонарушениях в бюджетной сфере, что не позволяет полностью владеть ситуацией и правильно ориентироваться в среде контроля.

Решение указанных задач позволит перевести финансово-бюджетный контроль на качественно новый уровень, а создание единого поля финансового контроля будет способствовать дальнейшему развитию и повышению результативности деятельности контрольных органов.

1. Румянцев А. М. Финансовый контроль : курс лекций. – М.: Дело и Сервис, 2003. – 144 с.

2. Нешитой А. С. Бюджетная система Российской Федерации : учебник. – 7-е изд. – М. : Дашков и К, 2007. – 300 с.

3. Васильева М. В., Нилова А. С. Предпосылки и факторы институциональных преобразований государственного и муниципального финансово-бюджетного контроля в условиях программного бюджета // Финансы и кредит. – 2011. – № 39 (471). – С. 26–34.

4. Голубев А. В. Понятие и сущность государственного и муниципального финансово-бюджетного контроля // Современное право. – 2007. – № 10. – С. 70–82.

5. Шевченко А. А., Аюбов Н. А. Финансово-бюджетный контроль : учебно-практическое пособие. – Ростов н/Д : Рост. гос. экон. ун-т РИНХ. 2000. – 167 с.

6. Мысляева И. Н. Государственные и муниципальные финансы : учебник. – 2-е изд. перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М. 2007. – 360 с.

7. Крохина Ю. А. Бюджетное право России : учебник. – М. : Изд-во «Юрайт»: ИД Юрайт, 2010. – 447 с.

8. Чалдаева Л. А., Карпенко О. А., Морозова Е. А. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник. – М. : Изд-во «Юрайт», 2011. – 540 с.

9. Родионова В. М., Баятова И. М., Маркина Е. В. Бухгалтерский учет и контроль в бюджетных учреждениях : учебник. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. – 232 с.

10. Маслова Т. С. Контроль и ревизия в бюджетных учреждениях : учеб. пособие / под ред. Е. А. Мизиковского. – М. : МАГИСТР: ИНФРА-М, 2011. – 335 с.

11. Врублевская О. В. Бюджетная система Российской Федерации : учебник для вузов. – 4-е изд. / под ред. О. В. Врублевской, М. В. Романовского. – СПб., 2008. – 576 с.

12. Степашин С. В. Государственный финансовый контроль. – М., 2004. – 553 с.

13. Бровкина Н. Д. Основы финансового контроля : учеб. пособие / под ред. М. В. Мельник. – М. : МАГИСТР, 2009. – 382 с.

14. Лушина С. И., Слепова В. А. Государственные и муниципальные финансы : учебник. – М. : ЭКОНОМИСТЪ, 2006. – 720 с.

15. Макоев О. С. Контроль и ревизия : учеб. пособие для студентов вузов. – М. : ЮНИТИ, 2007. – 256 с.

16. Кальницкая И. В. Контроль и ревизия : учеб. пособие. – Омск, 2002. – 86 с.

17. Опеньшев С. П., Жуков В. А. Предмет, метод, виды и принципы государственного финансового контроля // Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. – 2002. – № 3. – С. 40–44.

18. Родионова, В. М., Шлейников В. И. Финансовый контроль : учебник. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2002. – 586 с.

19. Ковалева В. В. Финансы : учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби: Изд-во «Проспект», 2006. – 640 с.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Айтхожина Гульнар Сейтахметовна – доцент кафедры экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: janat14@mail.ru.

Апенько Светлана Николаевна – д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой инновационного и проектного управления Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 211.

Баранов Юрий Владимирович – канд. экон. наук, профессор кафедры экономики и организации труда Омского государственного технического университета; Омск, ул. Голика, 2а, кв. 28.

Битинюк Кирилл Владимирович – главный экономист ООО «ЛенОм»; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 210.

Богославец Татьяна Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 309.

Варшавская Елена Яковлевна – д-р экон. наук, профессор кафедры управления человеческими ресурсами Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва; e-mail varsh_elena@mail.ru.

Васильева Юлия Александровна – студентка Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 309.

Гилева Кристина Викторовна – доцент кафедры социальной психологии управления Сибирского государственного университета путей сообщения, Новосибирск; e-mail: mail to kristi_1@mail.ru.

Горловская Ирина Георгиевна – д-р экон. наук, профессор кафедры финансов и кредита Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: gig99@rambler.ru.

Гроц Наталья Федоровна – студентка Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 309.

Гусарова Мирослава Сергеевна – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента Тюменского государственного архитектурно-строительного университета; e-mail m.gysarova@gmail.com.

Диба Елена Федоровна – преподаватель кафедры экономики и менеджмента Екибастузского инженерно-технического института им. акад. К. Сатпаева, Республика Казахстан; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 309.

Елкина Виктория Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и финансового права Омской академии МВД России; e-mail: elkina_v2004@mail.ru.ru.

Завьялова Лилия Владимировна – канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры финансов и кредита Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: zavzil@yandex.ru.

Иванова Людмила Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры финансов и кредита Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: Ivanova@Eco.Univer.Omsk.SU.

Ильина Любовь Викторовна – аспирант кафедры организации обслуживания населения Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики; e-mail: reshetovamv@mail.ru.

Исаева Елена Владимировна – д-р экон. наук, доцент кафедры маркетинга и рекламы Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, ул. Нефтезаводская, 11.

Калонди Марина Дмитриевна – аспирант кафедры Государственной службы и специальных программ Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Москва; e-mail: marinakaloidi@mail.ru.

Канащук Татьяна Николаевна – зам. директора по организации зрителя Омского государственного театра куклы, актера, маски «Арлекин»; e-mail: kanashuktn@mail.ru.

Карашаш Назгуль Канатовна – ст. преподаватель, магистр экономики Инновационного Евразийского университета, Павлодар, Республика Казахстан; e-mail: nazgulkarashash@mail.ru.

Карпов Альберт Леонидович – канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и предпринимательства Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 308.

Карсюк Елена Николаевна – аспирантка Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии, Омск; e-mail: anna412@mail.ru.

Котляров Иван Дмитриевич – канд. экон. наук, доцент кафедры финансовых рынков и финансового менеджмента Национального исследовательского университета Высшая школа экономики, Санкт-Петербург; e-mail: ikotliarov@hse.spb.ru, ivan.kotliarov@mail.ru.

Крамер Анна Егоровна – налоговый консультант ЗАО «КПМГ»; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 308.

Крутик Александр Борисович – д-р экон. наук, профессор кафедры организации обслуживания населения Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики; e-mail: reshetovamv@mail.ru.

Мамаева Валерия Юрьевна – канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и рекламы факультета международного бизнеса Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: vum_50@mail.ru.

Мацько Виталий Валерьевич – маркетолог ООО «Спарта-Мед» (сеть стоматологических клиник), аспирант кафедры маркетинга и рекламы Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: v_matsko@mail.ru.

Метелев Игорь Сергеевич – канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой коммерции и логистики Омского института (филиала) Российского государственного торгово-экономического университета; e-mail: nauka_oirgteu@mail.ru.

Мизя Максим Сергеевич – студент Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск-122, ул. 5-й Армии 2, кв. 59.

Миллер Александр Емельянович – д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: <Miller@Eco.Univer.Omsk.SU>

Миллер Надежда Викторовна – канд. истор. наук, доцент кафедры экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: nvmillier2008@yandex.ru.

Пластун Анастасия Олеговна – студентка Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, пл. Лицкевича 1, каб. 309.

Попович Алексей Миронович – д-р экон. наук, профессор кафедры менеджмента Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; Омск, пл. Лицкевича, 1, каб. 210.

Родина Лариса Александровна – д-р экон. наук, профессор кафедры экономики, налогов и налогообложения Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: Rodina@Eco.Univer.Omsk.su

Руденко Ирина Владимировна – канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: irina_rudenko@list.ru.

Сафронова Оксана Леонидовна – ст. преподаватель кафедры социальной психологии управления Сибирского государственного университета путей сообщения, Новосибирск; e-mail to safol999@yandex.ru.

Симонов Сергей Геннадьевич – д-р социолог. наук, канд. экон. наук, профессор кафедры экономики товарных рынков Тюменского государственного нефтегазового университета; e-mail: v.simonova.67@mail.ru.

Солоусова Ксения Валерьевна – ст. преподаватель кафедры социальной психологии управления Сибирского государственного университета путей сообщения, Новосибирск; e-mail to solxe@mail.ru.

Сухарев Сергей Александрович – канд. экон. наук Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова; Москва, Стремянный пер., д. 36.

Торопыно Наталья Викторовна – бухгалтер ООО «Компания "Джей энд Эс"»; Омск, ул. Товстухо, д. 1, кв. 115.

Ультан Светлана Ивановна – канд. экон. наук, доц. кафедры международных экономических отношений Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: ultansvet_18@mail.ru.

Фомин Эдуард Владимирович – аспирант Омского государственного университета путей сообщения; e-mail: fomina-u-a@ya.ru.

Шавровская Марина Николаевна – канд. экон. наук, начальник отдела обучения и развития персонала ОАО «Газпромнефть-Омск»; e-mail: marina_bel@list.ru.

Шамкина Елена Александровна – начальник сектора кредитной работы отдела по работе с проблемной задолженностью физических лиц Омского отделения № 8634 ОАО «Сбербанк России»; Омск, ул. Жукова, 4.

Шустов Александр Александрович – студент Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского; e-mail: sanchass@mail.ru.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

1. Журнал выходит 4 раза в год (ежеквартально). Формат А4. Объем номера – около 200 страниц. Состоит из разделов:
 - Проблемы экономической теории и предпринимательства;
 - Региональная экономика и управление территориями;
 - Социально-трудовые отношения и процессы;
 - Теория и практика управления;
 - Управленческое и маркетинговое консультирование;
 - Современные проблемы финансов и кредита;
 - Налоговая политика на современном этапе;
 - Бухгалтерский учет, анализ и аудит: вопросы теории и практики;
 - Проба пера.
2. Статьи сдаются ответственному редактору в электронном и распечатанном варианте или пересылаются по e-mail: vestnic@omесо.ru.
3. Объем статьи для докторантов, кандидатов и докторов – до 1 п. л., для других авторов – до 0,8 п. л. Плата за публикацию рукописей, в том числе с аспирантов, не взимается.
4. Статьи рецензируются (рецензия специалиста из сторонней организации). Список рецензентов опубликован на сайте экономического факультета ОмГУ (www.omесо.ru).
5. Статьи, получившие отрицательные рецензии, возвращаются авторам (вместе с рецензией). Статьи с превышением норм технических погрешностей и ошибок в номер не включаются.
6. Статьи должны содержать название, Ф.И.О. и место работы автора, аннотацию на русском и английском языках (4–5 предложений, 11 кегль), а также 4–5 ключевых слов и УДК.
7. Точки зрения автора(ов) и редколлегии могут не совпадать.
8. Ответственность за достоверность фактов и статистических данных, а также за корректность использования материалов из других источников несет автор.
9. **Общие требования.** Текст набирается через 1,5 интервала, 12 кеглем, гарнитурой Times New Roman в MS WORD, поля – 20 мм со всех сторон. В верхнем левом углу листа ставится УДК. Название статьи – прописными буквами (жирным шрифтом, по центру). Ф.И.О. автора(ов) (жирным шрифтом, по центру), место работы автора (курсивом по центру). Ниже через строку – аннотация на русском и английском языках (объемом 2–4 строки, 11 кегль), затем ключевые слова на русском и английском языках. Сноски оформляются цифрами в квадратных скобках (например, [1]) по тексту и приводятся в конце статьи в порядке их упоминания в тексте. В основном тексте допускается не более трех таблиц и рисунков. Буква Ё употребляется согласно действующим правилам орфографии: 1. Когда необходимо предупредить неверное чтение и понимание слова, например: *узнаём* в отличие от *узнаем*; *всё* в отличие от *все*; *совершённый* (причастие) в отличие от *совершенный* (прилагательное); *Фёдоров* в отличие от *Федоров*. 2. Когда надо указать произношение малоизвестного слова, например: река *Олёкма*. 3. В терминах для указания места ударения и правильного произношения. Во всех случаях, которые не оговорены выше, допускается замена Ё на Е. Материалы подписывает автор. Сведения об авторе должны содержать: Ф.И.О. (полностью), место работы, должность, адрес, контактный телефон, эл. адрес.

ЖДЕМ ВАШИХ МАТЕРИАЛОВ!